

Министерство образования и науки Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Уральский государственный педагогический университет»  
Институт социального образования  
Факультет туризма и гостиничного сервиса  
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО СПРАВОЧНИКА «НАВИГАТОР  
ТУРИСТА ПО АЛАПАЕВСКОМУ КРАЮ»**

*Выпускная квалификационная работа  
по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм*

Допущена  
к защите зав. кафедрой  
туризма и гостеприимства,  
доцент

\_\_\_\_\_ А.И.Фишелева

«\_\_»\_\_\_\_\_ 2016 г.

Исполнитель:  
Соколова Екатерина  
Леонидовна,  
студентка группы БТ-41z

\_\_\_\_\_  
«\_\_»\_\_\_\_\_ 2016 г.

Научный руководитель:  
В.В. Сандалова,  
канд. экономических наук

\_\_\_\_\_  
«\_\_»\_\_\_\_\_ 2016 г.

Екатеринбург 2016

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	3
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПУТЕВОДИТЕЛЯ</b> .....	5
1.1.Специфика туристской достопримечательности как социального ресурса территории .....	5
1.2 Типология туристских достопримечательностей и успешный опыт их социального конструирования.....	9
<b>ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ АЛАПАЕВСКОГО КРАЯ</b> .....	21
2.1 Методика конструирования туристских достопримечательностей.....	21
2.2 Конструирование туристских достопримечательностей города Алапаевска и его района.....	25
2.3 Проектирование электронного справочника «Навигатор туриста по Алапаевскому краю».....	41
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	62
<b>СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....	63
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 1</b> .....	66
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 2</b> .....	67
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ 3</b> .....	68

## ВВЕДЕНИЕ

Туристская индустрия является динамично развивающейся отраслью российской экономики, которая характеризуется неравномерным размещением по территории страны. Крупные города традиционно отличаются более высоким уровнем развития сферы услуг и инфраструктурной обеспеченностью, что позволяет качественно выделяться предложению сервисных предприятий. Туристский сектор в данном случае не является исключением.

Близкое знакомство с уникальными обычаями, культурой и достопримечательностями мест проживания разных народов становится востребованной потребностью туристов и как следствие наблюдается рост их интереса к посещению малых городов, которое пока и менее активно, нежели посещение урбанизированных территории, но зачастую не менее перспективно. Вместе с тем, в современной профессиональной и учебной туристской литературе, научных трудах практически не рассматривается специфика и особенности организации туризма в малом городе, отсутствует дифференциация туристских объектов по территориальному принципу с выявлением характерных и специфических особенностей.

Помимо общеизвестных туристских центров, таких как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, существуют интересные для туризма города, с небольшой численностью населения, но ограниченными возможностями для привлечения и налаживания потока туристов в следствии слабого информационного сопровождения и информирования потенциальных туристов. В небольших городах музейные комплексы, испытывая финансовые ограничения, не могут создать свой сайт или напечатать информационные брошюры. Чаще всего необходима рекламная кампания и продвижение комплексов достопримечательностей или отдельных объектов. Именно для этих целей мы проектируем электронный справочник «Навигатор туриста по Алапаевскому краю», так как это современный, простой и эффективный способ

донести до туриста исчерпывающую информацию об историческом наследии города Алапаевска и Алапаевского района, его достопримечательностях.

**Объектом** исследования настоящего дипломного исследования является туристский потенциал города Алапаевска и его окрестностей.

**Предметом** исследования выступают особенности проектирования туристского электронного справочника о малом городе Свердловской области – Алапаевске и его районе.

**Целью** настоящей работы является проектирование электронного справочника «Навигатор туриста по Алапаевскому краю».

Для достижения данной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Изучить способы составления и предоставления туристской информации о достопримечательностях.

2. Проанализировать спектр природных и культурно-исторических объектов, представляющих интерес для туристов города Алапаевска и его окрестностей.

3. Обосновать выбор технологии и методики создания справочника туристских достопримечательностей.

4. Разработать проект электронного справочника «Навигатор туриста по Алапаевскому краю».

Основой для данного исследования послужили труды П.Бурдые, В.И.Ильина, В.А.Колчиной, других ученых и краеведов.

Примененный в исследовании методический аппарат представляет собой сочетание базовых методов познания, включая, системно-структурный и причинно-следственный, а также прикладных инструментов, среди которых – исторический, экономико-статистический, факторный, функциональный, наблюдения и проектирования.

В работе последовательно рассматриваются теоретическо-методологические основы конструирования путеводителя, технологии конструирования туристских достопримечательностей и проектирование электронного справочника туристских достопримечательностей района.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПУТЕВОДИТЕЛЯ**

## **1.1. Специфика туристской достопримечательности как социального ресурса территории**

В XXI веке туризм стал максимально доступен. Люди путешествуют по всему миру, чтобы расширить свой кругозор, отдохнуть и получить различные впечатления от поездки. Часто за основу путешествия или тура берется какая-либо достопримечательность, с которой есть возможность предварительно познакомиться через справочные источники.

В данной работе мы рассмотрим специфику туристской достопримечательности как социального ресурса территории. Согласно закону Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», туристские ресурсы представляют собой «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [1].

Каждая рекреация, достопримечательность – это не просто объект, его характеристики и признаки, каждое такое место является также совокупностью его восприятий и представлений о нем. Туристское место относится к социальным элементам. Оно притягивает повышенный интерес людей к месту своего нахождения.

Проведенный нами анализ представленных в специальной литературе определений позволяет отметить, что с определением места достопримечательности неразрывно связано понятие социального ресурса достопримечательности. Иногда ресурсы трактуются как объективно данные условия, предметы и явления. В других, понятие социальных ресурсов трактуется гораздо шире. Под социальными ресурсами понимают

многогранную совокупность всего, что доступно социуму для обеспечения любого рода деятельности, включая туризм.

Туризм, несомненно, является отраслью социальной деятельности. С одной стороны, являясь направлением экономики, туризм относится к непроеизводственной сфере, призванным удовлетворять потребности человека в полноценном и рациональном отдыхе [20, с.424]. С другой стороны, мы можем рассматривать туризм и рекреацию как разновидность устойчивой социальной практики, которая разворачивается вокруг конструирования туристских достопримечательностей, отражающих основные черты географических мифов.

Опираясь на подходы российских социологов Н.Е.Покровского, В.И.Ильина, Т.И.Черняевой можно систематизировать стадии социального конструирования туристских достопримечательностей.

Центральным элементом туризма является достопримечательность. Любая достопримечательность – это социально сконструированный продукт, суть которого сводится к формированию различных географических мифов как представлений людей о тех или иных местах географического пространства, и к превращению этих мифов в способствующие территориальному развитию устойчивые практики производства и потребления впечатлений. Под достопримечательностью так же можно понимать некое пространство, имеющее какое-либо значение (историческое, культурное, природное).

Процесс формирования туристской достопримечательности многоуровневый и достаточно сложный. Он продвигается логикой специального социального конструирования, т. е. «превращения географических названий в географические мифы, которые затем трансформируются в туристскую инфраструктуру и устойчивые туристские практики, привязанные к данному объекту» [15, с.257].

В конструирование туристской достопримечательности включают несколько этапов: назначение и позиционирование места, формирование туристской инфраструктуры, показ достопримечательности и ее материальное подтверждение в виде продажи сувениров и права фотографирования,

приобретение местом символической ценности и превращение его в статусный символ.

Совокупность выше указанных стадий, как правило, приводит к цепной реакции социального конструирования. Она может проявиться в благоприятных ситуациях, когда туристы, посетив ту или иную достопримечательность, начинают распространять информацию об этом месте по личным каналам, делятся впечатлениями с семьей, друзьями и знакомыми. Приобретение достопримечательностью символической ценности и превращение ее в символ, имеющий статус, можно рассматривать как заключительный этап. Здесь мы говорим о том, что та или иная достопримечательность становится визитной карточкой местности (например, здание цирка в Екатеринбурге), так же, принадлежность к кругу посетителей достопримечательности означает ее особое положение в социальной иерархии туристов, т.е. здесь начинает работать принцип: «вы многое потеряли, если там не были».

В различных ситуациях порядок реализации данных стадий может трансформироваться в зависимости от контекста. Во-первых, месту должно соответствовать множество комплексных географических характеристик, мифов и представлений о данном пространстве, частных оценок. Во-вторых, каждая отдельная единица должна быть структурирована посредством одной или нескольких доминант. В-третьих, никакой набор признаков указанного места не может считаться полным и конечным.

Большинство исследователей склоняются к мнению, что туристская достопримечательность выполняет несколько функций, одна из которых – системообразующая. Иначе, ее наличие способствует активизации вокруг нее различной сервисной деятельности: появлению объектов общественного питания (кафе, рестораны), организаций, оказывающих гостиничные услуги, других точек обслуживания туристов. Инфраструктурное наполнение территории дополняется модернизацией транспортного обслуживания: появляются новые дороги к месту номинации достопримечательности,

вводится система опознавательных и указательных знаков и т. д. В совокупности данные изменения вокруг туристской достопримечательности формируют качественно новое явление – социокультурное поле. Отличительной особенностью данного состояния территории называют ситуацию взаимодействия, порождающую новое уже не индивидуальное, а системное качество достопримечательности [16, с.29].

Далее рассмотрим механизм функционирования социокультурного поля достопримечательности. Оно включает в себя туристско-рекреационные ресурсы, средства коммуникации и программу жизнедеятельности. Как главный ресурс поля достопримечательность отражает источник для установления и развития взаимодействий между различными субъектами: туроператорами и турагентами, турагентами и туристами, музейными комплексами и туристские фирмами и т.д. Программа функционирования поля представляет собой совокупность норм, ценностей, привычек и представлений. Например, если турист попадает в поле религиозной достопримечательности, то, как правило, он ведет себя в соответствии с его предназначением и программой.

Согласно понятиям П. Бурдьё [8, с.288], структура пространства туризма представлена совокупностью позиций, занимаемых территориями – в их понимании в качестве мест, обладающих разными туристскими достопримечательностями и, напротив, территорий, не обладающих ими. По одним туристским маршрутам путешествуют активно, по другим – не очень охотно, а о существовании некоторых туристы даже не предполагают. В результате возникает своего рода конкуренция между достопримечательностями.

Для туризма свойственна рыночная логика, согласно которой активная социальная деятельность по формированию достопримечательностей приводит к перераспределению территорий по статусным позициям [8].

Категория социального поля за совокупностью взаимодействий и практик, формирующихся вокруг достопримечательностей, позволяет увидеть



институциональную сторону последних, несводимую к сумме этих практик и означающую образование нового социального порядка.

Поскольку мы выяснили, что социальное конструирование туристской достопримечательности зависит от понимания ее места в иерархии взаимодействий с другими элементами социального поля территории, далее необходимо провести типологический анализ туристской достопримечательности.

## **1.2 Типология туристских достопримечательностей и успешный опыт их социального конструирования**

Выделяют различные типы достопримечательностей в зависимости от разных критериев, которые отражают важные особенности социального конструирования (целевые группы, субъекты конструирования и т.д.). Ключевой задачей данной части ВКР является разработка на основе выявленных критериев общей системы типологий туристских достопримечательностей. Типологии, выделяемые по разным критериям, можно подкрепить успешными примерами конструирования достопримечательностей из истории российской практики.

Опыт при конструировании туристских достопримечательностей показывает, что вокруг их разных типов социальные практики могут складываться по-разному. Так же, существует тезис, что эти практики обладают похожими чертами, группируясь вокруг достопримечательностей, близких по каким-либо признакам.

Есть несколько основных критериев, в соответствии с которыми стоит проводить типологические линии. Первым критерием является физическое воплощение достопримечательности. Любая достопримечательность номинирована в конкретных географических координатах. Само место (часть физического пространства) тоже может быть достопримечательным. Место позиционируется, наполняясь мифами, историями, связанными с легендами,

историческими личностями и фактами, какими-то уникальными особенностями. Примером конструирования достопримечательности может служить мужской монастырь новомученников российских на месте шахты межная, известный как историческая местность в Алапаевском районе, где 18 июля 1918 года были сброшены живыми в шахту, а затем убиты, Великая Княгиня Елизавета Федоровна Романова, Инокания Варвара (Яковлева), члены Дома Романовых: Великий Князь Сергей Михайлович с секретарем Федором Ремезом, Князя Императорской крови Иоанн, Константин и Игорь Константиновичи, Князь Владимир Палей. На первый взгляд это обычный участок земной поверхности, мало чем отличающийся от других территорий. Это пример того, когда практически на пустом месте силами государства, церкви, мелкого бизнеса и простых обывателей, возникает историко-культурный и природный ландшафт, ценный для туристов.

Объект как достопримечательность является наиболее распространенным типом туристской достопримечательности, представляющий в материальной форме различные сооружения, здания, скульптуры и другие предметы устанавливаются в физической форме на определенных участках пространства.

Явление как достопримечательность. Явление – это воспринимаемая чувствами совокупность различных процессов, которая предлагается туристу в форме представления: природные явления, продаваемые в качестве туристской достопримечательности (созерцание полярного сияния или белых ночей), организуемые события и т.п.

Проведенный нами факторный анализ позволяет отметить, что предрасположенность потребителей к различным типам достопримечательностей имеет решающее влияние на дифференциацию туристских достопримечательностей [17, с.29]. Для одних групп туристов ценным будет являться познание истории своей страны или края, для других – самоутверждение или забота о здоровье. Рассмотрим ниже типы достопримечательностей, выделяемые по данному критерию.

- Природные достопримечательности. К природным достопримечательностям стоит относить места, объекты и явления природного характера, которые включаются в социальную деятельность и позиционируются как необычные и уникальные. Природные достопримечательности можно структурно дифференцировать по степени антропогенного воздействия. В качестве видов рассматриваются вулканы, водоёмы, заповедники, валуны, лесопарки и т.д.

- Историко-культурные достопримечательности. Они являются наиболее распространенными среди туристов. Их основное назначение заключается в конструировании и поддержании социально-культурной памяти [12, с.146]. Туристские достопримечательности данного типа весьма разнородны и дифференцируются на памятники скульптуры и архитектуры, организационно-культурные (музеи и другие достопримечательности, имеющие организационную форму), военные, городскую застройку, религиозные достопримечательности и т.д.

- Повседневность тоже может превращаться в туристскую достопримечательность для одних, даже будучи обыденной для других людей. Здесь можно выделить несколько подтипов. Например, туристские достопримечательности, относящиеся к этнокультурным, ориентируют туристов к посещению мест проживания редких и/или коренных этнических общностей. С одной стороны, суть образа жизни как достопримечательности связана непосредственно с традиционными аутентично-ориентированными практиками, характерными для определенного типа поселения (жизнь русской деревни и т.п.); с другой стороны, осознается по средством понимания сущности комплекса ограниченных в пространстве и времени локальных традиций, поведенческих норм и других особенностей бытовой и социальной культуры местного населения. Интересен пример популяризации сельского образа жизни российских крестьян в селе Нижняя Синячиха Алапаевского района в качестве туристского продукта. Новый виток развития села находит в сфере услуг, предлагающей туристам «экологический отпуск». Местные

жители предоставляют туристам проживание в антураже крестьянского дома, уход за домашним скотом (надой молока у коров и коз), приготовление «экологического обеда», предлагают нестандартные экскурсии, приобщают туристов к свойственным для сельской культуры развлечениям, также, предлагают путешественникам ощутить себя в роли обычного русского крестьянина XVIII-XIX веков. Для местных жителей предоставление подобных услуг приносит дополнительный, а иногда и основной доход. Подобные практики способствуют сохранению идентичности местности, достопримечательностей и истории.

- Социокультурные достопримечательности. Под ними понимаются «нормы, отличающиеся от тех, которые существуют в родных местах» [13, с.332]. Как элементы социальной культуры эти нормы в социальном пространстве распределяются неравномерно – в одних местах допустимо то или иное действие, в других же локациях оно запрещается законом или представляется как неприличное. Число подобных разновидностей достопримечательностей бесчисленно. Например, В.И. Ильин обрисовывает легализацию употребления легких наркотиков в Амстердаме, вносящих свой вклад в туристскую привлекательность столицы Нидерландов [13, с.332].

- Значимая личность как туристская достопримечательность. Известность определенной персоны является ресурсом, который в туристском пространстве конвертируется в устойчивое внимание туристов. Один из таких примеров – известный русский композитор Петр Ильич Чайковский. К месту его проживания в г. Алапаевске люди осуществляют большое количество поездок с разных концов мира, прежде всего, это любители классической музыки и русской истории. Туристы, ставящие своей целью побывать в усадьбе Чайковских, попутно включаются в обычные практики туризма – осматривают местные достопримечательности, арендуют жилье, способствуют прибыли местных магазинов.

- Развлекательные достопримечательности. Их основной функцией является обслуживание досуговых потребностей людей. В данном случае речь

идет именно о классических образцах развлекательной индустрии. Разнообразие видов включает в себя различные шоу, представления, парки развлечений и т.д. В данном типе под достопримечательностями часто понимают объекты отдыха, вплетающиеся в типичную логику, свойственную туризму. Успешным примером конструирования подобных достопримечательностей сеть тематических парков развлечений «Диснейленд». На данный момент в мире открыто уже несколько подобных парков в разных странах. При каждом подобном парке находят свое развитие сети фешенебельных отелей, ресторанный бизнес, главная цель которого – знакомство туристов с кухнями народов мира [18, с.203].

- **Производственные достопримечательности.** Туристскими достопримечательностями могут выступать действующие производственные объекты. Это касается различных структур пищевого и промышленного производства: фабрики, заводы, комбинаты, и другие предприятия могут являться производственными единицами и одновременно объектами туристского внимания.

- **Событие как туристская достопримечательность.** Событие, которое попадает в логику развития туризма, может стать туристской достопримечательностью. Событие – это специально создаваемое представление для туристов. К наиболее распространенным разновидностям туристских событий относятся различные ярмарки, фестивали и праздники. Отличительными особенностями данных туристских достопримечательностей являются их режиссура, постановка и хронометрический характер (событие ограничено во времени). Примером такого события может являться паломничество, крестный ход из Екатеринбурга в мужской монастырь великомучеников российских, расположенный в Алапаевском районе, который проводится несколько раз в год в религиозные праздники или даты, связанные с убийством родственников царского Дома Романовых.

- **Комплексные туристские достопримечательности.** Данный тип достопримечательностей можно отнести к одному из самых сложных.

Предполагается, что место представляет некий интерес для туристов по причине одновременной локализации в нем сразу нескольких достопримечательностей. Чаще всего можно встретить такой вид туристской достопримечательности, как поселение, которое туристы рассматривают в качестве музея. Как пример можно рассмотреть город Санкт-Петербург, он относится к комплексным достопримечательностям, так как в нем представлены практически все виды достопримечательностей, указанные выше. Среди всех его туристских достопримечательностей могут быть более ил менее известные, но часто впечатление от города как достопримечательности достигается в общем эффекте.

Таким образом, указанная нами типология туристских достопримечательностей выступает более основополагающей и объемной, так как она сформирована вокруг одного из главных вопросов туризма – «Ради чего стоит ехать в определенное место?»

Далее рассмотрим другие типологии и критерии туристских достопримечательностей, которые связаны со спецификой потребительских аудиторий. Выделение таких типов, как семейные, детские и молодежные достопримечательности, достопримечательности для взрослых и другие выделяются благодаря критериям пола и возраста туристов.

Дифференциация достопримечательностей в России, в зависимости от возраста туристов, основывается на Федеральном законе «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ) [2]. Поведение потребителей реализуется в определенной связи с их статусными характеристиками, следовательно, и достопримечательности в туризме наделяются статусными позициями в зависимости от того, кто является их основной потребительской аудиторией (критерий типологии). Наиболее явно выделяются статусные (элитарные) и массовые достопримечательности. Ключевое отличие между ними кроется в уровне доступности для потребления типичными (массовыми) туристами, относящимися к среднему классу и ниже.

Поведение туриста как потребителя реализуется в связи с его статусными характеристиками, отсюда следует, что в зависимости от того, кто является основной потребительской аудиторией туристских достопримечательностей, они так же могут наделяться статусными позициями. Массовые и статусные достопримечательности выделяются наиболее явно. Ключевое отличие между ними будет заключаться в уровне доступности для потребителей (массовый туризм), которые относятся к среднему классу и ниже.

Массовость туризма является одним из условий конструирования популярности туристских достопримечательностей. Массовый туризм в целом основан на стихийных и организованных поездках туристов в места нахождения популярных достопримечательностей – это пример классического консюмеризма. Также существуют альтернативные туристские практики, которые скалываются в контексте критического потребления. Здесь речь идет о путешествиях, организованных самими туристами в малоизвестные и не очень популярные места. В связи с этим, по типу потребления туристские достопримечательности можно разделить на те, потребление которых соответствует признакам критического консюмеризма и те, потребление которых происходит непосредственно в рамках классического консюмеризма.

К следующим критериям мы относим форму потребления:

- Туристские достопримечательности, предназначенные для пассивного потребления. Мы относим к их числу объекты, места и явления, преимущественно предполагаемые для визуально-аудиального потребления (осмотра). Экскурсии являются наиболее популярным способом показа достопримечательностей данного вида.

- Туристские достопримечательности, предназначенные для соучастного потребления. Здесь изначально закладывается смысл, что турист не является пассивным наблюдателем. Наоборот, он активно включается в общий процесс потребления услуги. Например, турист, попадая на концерт или ярмарку, становится частью программы; если брать пример паломничества, то происходит осуществление культа паломником.

- Туристские достопримечательности со смешанной формой потребления. Достаточно часто встречаются примеры переплетения форм различной активности путешественников, чему способствуют, например, включение интерактивных элементов в музейные программы, туры к местам проживания этнических меньшинств [24, с.190].

Типология туристских достопримечательностей по географическому принципу подразумевает под собой разделение этих достопримечательностей в зависимости от места расположения (локализации): находящиеся отдельно, вне населенных пунктов, сельские, городские и т.д.

Туристские достопримечательности могут дифференцироваться на точечные и сетевые в рамках типологии по характеру их расположения. На одной стороне туристского пространства располагается уникальный объект, место или явление – та точка, которая притягивает интерес туристов. С другой стороны располагаются сетевые достопримечательности: турист посещает определенное место ради соприкосновения с комплексом достопримечательностей, что часто может выступать стимулирующей основой поездки. Чаще всего, сама логика туристского рынка способствует созданию сети: происходит формирование менее значимых достопримечательностей вокруг основного объекта показа [6, с.27]. Таким образом формируется туристский кластер.

Примером выстраивания подобных сетей можно назвать туристский маршрут из Екатеринбурга в Алапаевск, который включает в себя различные достопримечательности города и его района (музеи, архитектурные и природные памятники, объекты религиозного культа и т.д.).

Другая типология предполагает разделение туристских достопримечательностей по символическому соответствию их месту расположения. В рамках данной типологии можно выделить внеконтекстные и контекстные туристские достопримечательности. Контекстные существуют исключительно в определенных границах участков пространства; внеконтекстные же этим не обременены. Первые основываются на



идентичности места, отражая как подтвержденные географические, исторические и другие факты, так и основывающиеся на мифах данной местности. Зачастую легенды и сказания выступают в роли факторов обоснования и легитимации псевдоидентичности достопримечательности по отношению к месту, в котором она локализуется («Вероятно, здесь могло происходить это событие» [11, с.63]. Позиционирование внеконтекстных туристских достопримечательностей вовсе не требует обращения к местным оттенкам, связывающих их с топонимикой территории, географией, историей и другими ее особенностями, а достигается за счет других способов. Отсюда следует, что номинация внеконтекстных туристских достопримечательностей, зависит не от прямых факторов, которые связаны с проблемой позиционирования, а от факторов сопутствующих, таких как экономическая прибыль, удобство расположения и т.п.

Как критерий также можно рассмотреть адаптивность конструирования.

К естественным достопримечательностям мы относим сами места, объекты и явления, которые обладают достопримечательным статусом в рамках каких-либо социальных полей – литературы, истории, географии и т.д. до внедрения данного статуса в поле туризма. Естественность достопримечательности обозначается и подчеркивается мнением экспертного сообщества, например, научного. Механизмы конструирования искусственно-созданных достопримечательностей довольно сильно отличаются от механизмов в отношении естественных. Как правило, подобные места, явления и объекты наделяются статусом достопримечательности лишь в рамках поля туризма. Например, в Алапаевском районе есть родник «Семь ключей», который не представляет никакого интереса для экологов, но он превращен в объект устойчивого туристского интереса в качестве «святого источника». Как правило, достопримечательности естественного происхождения одновременно являются еще и контекстными.

В зависимости от целевой направленности конструирования выделяются следующие типы. Целенаправленно конструируемые достопримечательности.

Такие достопримечательности изначально носят форму проекта. Проект – это работы, планы, мероприятия и другие задачи, направленные на создание уникального продукта (устройства, работы, услуги) [17]. Целенаправленность этих проектов ознаменована изначально представлениями акторов, которые включаются на ранних этапах в процессы формирования достопримечательностей, о промежуточных или конечных результатах конструирования. Чаще всего, такие туристские достопримечательности развиваются благодаря ресурсным вливаниям бизнеса или государства в целях получения материальной выгоды и развития территории, что, однако, не является аксиомой. Целенаправленность сама по себе предполагает осуществление контроля над процессом, который проявляется в разных формах – маркетинговой, политической, экономической. Нам не стоит отождествлять целенаправленно конструируемые и искусственные туристские достопримечательности. Т.к. искусственные могут развиваться как стихийно, так и с определенной целью. Достопримечательности, конструируемые стихийно, в отличие от предыдущих, изначально создаются не как проекты, из-за этого стихийное протекание процесса требует более глубокого погружения его исследователя в анализ и в целом представляется более сложным. Особую роль здесь играют механизмы конструирования, идущие от местных жителей и туристов. Хотя изначально стихийному конструированию достопримечательностей свойственен переход к форме целенаправленного.

Логически вытекающая из предыдущей типология по характеру динамического субъекта конструирования включает следующие типы достопримечательностей:

- Достопримечательности, конструируемые государством. В лице разнообразных структур государство реализует политику в области развития и сохранения природного и культурного исторического наследия. В некоторых случаях государство специально создает те или иные туристские достопримечательности.

- Достопримечательность как бизнес-проект. Бизнес, так же как и государство, может выступать в роли изначального звена в конструировании достопримечательности. Туризм как отрасль бизнеса предполагает развитие объектов и маркетинг мест, притягивающих внимание туристов [19, с.160]. Успешным примером конструирования достопримечательности такого типа могут служить парки развлечений «Диснейленд», о которых мы говорили ранее.

В зависимости от первоначального звена могут выделяться в рамках данной типологии и другие типы, в качестве такого звена могут выступать организации и отдельные люди, общественные активисты, церковь и другие социальные общности.

Далее рассмотрим степень уникальности туристских достопримечательностей. Мы дифференцируем их на уникальные, типичные и аутентичные. Уникальные достопримечательности существуют в единственном числе, это подтверждается заключением экспертного сообщества. К числу типичных достопримечательностей относят сходные по ключевым характеристикам. Логика туриста здесь строится по стандартной схеме: «Если не А, то В», при условии, что  $A \approx B$  и при отсутствии внешних условий и дополнительных туристских предпочтений. Аутентичные достопримечательности являются пограничным типом между двумя рассмотренными выше. Как правило, это целенаправленно создаваемые копии других известных достопримечательностей. Например, в Лас-Вегасе есть своя Эйфелева башня. Предполагается, что логика туриста должна развиваться в соответствии с принципом: «Зачем ехать за этим в Европу, если это можно увидеть в своей стране».

Также, типология достопримечательностей может быть построена в зависимости от обладания ими состоянием товарного знака. Товарный знак – это обозначение (словесное, изобразительное, комбинированное или иное), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей [1]. В связи с этим, туристские

достопримечательности могут быть двух видов: как зарегистрированные товарные знаки или не обладающие подобным статусом. В правовой форме товарный знак ограничивает индивидуализацию туристской достопримечательности и служит экономическим и юридическим инструментом ее эксплуатации.

Таким образом, выше мы обозначили некоторые типологии туристских достопримечательностей, которые разнятся между собой в зависимости от выбранного критерия дифференциации. Прикладное значение типологии состоит в поиске адекватных технологий и инструментов социального конструирования туристских достопримечательностей.

В процессе конструирования туристская достопримечательность как главный ресурс поля способна сформировать другие ресурсы, такие как инфраструктура, рабочие места, социальные и др. и трансформироваться в различные формы капитала (политический, социальный, денежный, культурный, социальный), т.е. выступать источником прибыли.

Выявленные типологии достопримечательностей позволят в дальнейшем применить данную методику при конструировании туристских достопримечательностей Алапаевского края.

## **ГЛАВА 2. ТЕХНОЛОГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ТУРИСТСКИХ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТЕЙ АЛАПАЕВСКОГО КРАЯ**

### **2.1 Методика конструирования туристских достопримечательностей в городе Алапаевске и его районе**

Туристские достопримечательности в данной выпускной квалификационной работе интерпретируются с позиции деятельностно-структурной методологии. В связи с этим, в качестве точки обоюдного пересечения практик различных социальных акторов в пространстве города и его района, нами была выбрана стратегия множественного кейс-стади населенного пункта [10, с.256]. В данной работе под объектом кейс-стади понимается Алапаевский край в современный период, который позиционируется в качестве одного из центров притяжения туристов в Свердловской области. Предметом эмпирического исследования выступают различные технологии социального конструирования туристских достопримечательностей в Алапаевском крае в современный период.

В целях формирования общего представления о городе Алапаевске и его туристском потенциале, автором составляются карты ресурсных контуров объектов кейс-стади, структура которых представлена ниже:

- географическое расположение населенного пункта, численность населения, динамика туристского потока за период 2011-2015 гг. (статистические показатели охватывают динамику всего муниципального района, образуемого вокруг города);
- краткая историческая справка выбранной области;
- основные достопримечательности и направления развития туризма;
- основные направления экономического развития и место в них туризма.

Карта ресурсных контуров Алапаевска и его района. Алапаевск – малый город Свердловской области, административный центр городского округа МО

«город Алапаевск». Город расположен на восточном склоне Среднего Урала, на реке Нейве, относящейся к бассейну реки Оби, при впадении в нее реки Алапаихи. Он находится в центре Свердловской области, в 150 км к северо-востоку от Екатеринбурга. В силу различных причин (экономические, природно-ландшафтные) реки не являются транспортным коридором, способствующим притоку туристов в Алапаевск. В период с 2011 по 2015 годы, в целом, наблюдается положительная динамика притока туристов [4] (рис.1).

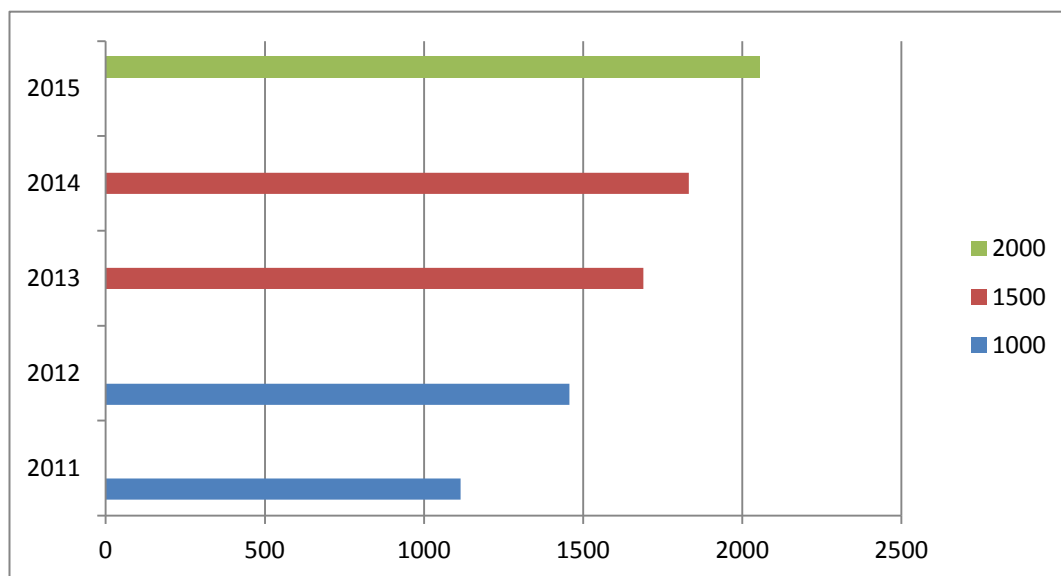


Рисунок 1. Динамика количества туристов Алапаевского района за 2011-2015гг, тыс. чел.

Первое упоминание в 1696 году о небольшом поселении на реке Алапаиха связано с Андреем Бужаниновым, верхотурским боярским сыном. В 1696 году была обнаружена железная руда на реке Нейве в окрестностях Алапаихи. В 1702 году было начато строительство железоделательного завода. Именно с этого момента деревня Алапаиха становится заводским посёлком. Алапаевский уезд был образован в 1781 году, статус города Алапаевску был дарован императрицей Екатериной Великой в 1783 году был утверждён первый герб города. (Приложение 1)

В Алапаевске в Напольной школе с 20 мая 1918 года содержались и были убиты в ночь с 17 на 18 июля члены императорской семьи Романовых: великая

княгиня Елизавета Фёдоровна и ее келейница Варвара Яковлева, великий князь Сергей Михайлович с секретарем Фёдором Ремезом, князья императорской крови Константин Константинович, Игорь Константинович, Иоанн Константинович, князь Владимир Палей.

Алапаевск стал городом областного подчинения 9 сентября 1941 года решением облкома партии.

Город является узлом железных дорог Екатеринбург – Артемовский – Алапаевск – Серов, Екатеринбург – Нижний Тагил - Алапаевск. Построена автомобильная дорога Алапаевск — Мурзинка — Петрокаменское, соединяющая город с Нижним Тагилом. Кроме всего прочего, в Алапаевске берет свое начало узкоколейная железная дорога, которая является крупнейшей действующей дорогой такого типа. На данный момент этим видом транспорта пользуются жители нескольких населенных пунктов Махневского и Алапаевского муниципальных образований. В последнее время к этим направлениям работы АУЖД добавилось еще и туристское.

На 1 января 2016 года по численности населения город находился на 419 месте из 1112 городов Российской Федерации [27]. (Приложение 2)

Сегодня в центральной части города сохранились черты старого металлургического завода. Это полуразрушенное здание молотового цеха, которое было построено примерно в 1704 году, что делает его старейшим на Среднем Урале каменным строением. Рядом располагается старинный Свято-Троицкий собор, который считается первым на Среднем Урале каменным храмом. Он был построен в 1702 году на личные средства прихожан. Храм был перестроен в хлебокомбинат в первой половине XIX века. К празднованию 300-летия собора он был отреставрирован на средства прихожан. Он находится на торговой площади, на которую выходит Господский дом. Вокруг расположены строения XIX — начала XX веков. В 1824 году из-за нехватки воды завод перенесли с реки Алапаихи на более крупную реку Нейву. Здесь до сих пор действует редкая переливная плотина, которая была реконструирована в 2013 году.

В городе жил и работал Игнатий Ефстафьевич Сафонов, изобретатель первой в России гидротурбины. Сохранился его дом, ранее в нём действовал Алапаевский краеведческий музей.

8 марта 1905 года в Алапаевске был создан первый в России Совет рабочих депутатов. Сохранилось здание, где происходила деятельность данной советской организации.

Ещё одной туристской достопримечательностью города является Екатерининская церковь, которая действовала на протяжении всего XX века.

Также, в Алапаевске провёл часть своего детства великий русский композитор П.И.Чайковский. Многие исследователи связывают некоторые произведения композитора с влиянием алапаевского периода его жизни, например, «Детский альбом». В особняке, где жили Чайковские, создан музей композитора, а во второй части здания располагается коллекция музыкальных инструментов. В городе на территории депо АУЖД открыт музей железной дороги [21, с.8].

В окрестностях Алапаевска заслуживают внимания Верхняя и Нижняя Синячихи. Между ними на месте убийства членов Дома Романовых располагается Алапаевский мужской монастырь Новомученников Российских. В Нижней Синячихе находится музей – заповеник деревянного зодчества и народного искусства имени И.Д.Самойлова. Примерно в 20 километрах к югу от города расположено село Коптелово, привлекающее туристов музеем крестьянского быта и несколькими избами 17 века. Также интересны скалы на реке Нейве, находящиеся недалеко от города, где можно увидеть древние наскальные рисунки [23].

Туризм в настоящее время не является ведущей отраслью экономики Алапаевска, даже несмотря на положительную динамику числа приезжающих туристов, он уступает эту позицию машиностроению, продолжающему расти быстрыми темпами. Около 30% промышленных рабочих города занято на 7 предприятиях отрасли. Станкостроительный завод (АСЗ) является крупнейшим предприятием города и одним из крупнейших в стране предприятий подобного



рода. Экономические связи завода выходят за пределы не только Урала, но и всей страны. Его продукция экспортируется почти в тридцать стран мира. Вместе с тем, перспективы развития Алапаевска и Алапаевского района также связаны с развитием малого бизнеса в сфере туризма, производством новых туристских услуг, аккумуляцией уже имеющихся ресурсов вокруг туристской отрасли.

## **2.2 Конструирование туристских достопримечательностей города Алапаевска и его района**

Здесь мы рассмотрим технологии превращения объектов, мест и явлений в отражающие те или иные географические мифы туристские достопримечательности как территориальные ресурсы Алапаевского края.

Использование деятельностно-структурной модели позволяет нам рассматривать процесс социального конструирования туристских достопримечательностей в малом городе через метафору некой развилки, знаменующую переходом населенного пункта на путь туристского развития. Подобная развилка предопределяется двумя рамками, обусловленными такими контекстами, как ресурсный потенциал населенного пункта, предполагающий концептуализацию имеющихся у города возможностей для организации туристской деятельности и актуальность. Необходимо отметить, что постановка субъектами конструирования туристских достопримечательностей осознаваемых целей и оценка ими актуальных условий имеют важное значение для превращения малого города в один из туристских центров Свердловской области. Мы можем говорить о двух ключевых типах предпосылок конструирования туристских достопримечательностей в городе Алапаевске и Алапаевском районе благодаря данным, полученным в ходе интервьюирования и анализа местных СМИ и ряда различных документов.

Нахождение малых городов России на относительной периферии социального пространства влечет за собой необходимость поиска

дополнительных источников развития, помимо плановых бюджетных траншей. Подтверждаются идеи, выдвигаемые и обсуждаемые в социологической литературе: причины обращения к таким индустриям, как туризм, находятся в кризисных тенденциях в индустриальной экономике [9, с.69]. Интерпретация роли туризма в исследуемом нами случае обосновывается как целесообразность частичной переориентации экономики. В результате чего осуществляются стратегии превращения объекта, места или явления в достопримечательное: «...большинство основных предприятий города было закрыто, привлечение туристов, путешествующих по Уралу, в наш город – это все, чем мы можем сейчас воспользоваться» (15-02-2016) (приложение 3). В другом случае, значение конструирования туристских достопримечательностей для Алапаевска сводится к логике «относительной необходимости», которая выражается во фразе: «почему бы городу не превратить уже имеющиеся ресурсы в туристские, а последние использовать на благо развития экономики и территории?» (02-02-2016) (см. прил.3). В результате актуализируются предпосылки притока новых инвестиций через туризм, происходит частичная переориентация предприятий на потребности туристов, формируются дополнительные рынки сбыта и т.п. Экономическая подоплека туризма стимулируется воздействием эффектов на индивидуальное поле: «если у кого-то получилось, то почему бы нам тоже не попробовать» [25, с.76]. Такая логика перераспределения ресурсных потоков в условиях рыночной борьбы, проявляющаяся на примере конкуренции между территориями. Подобным примером может служить следующий инцидент, произошедший в городе Алапаевск: «... когда мы приступили к организации бальных вечеров, то оглядывались на примеры Екатеринбурга и Санкт-Петербурга, думая, что мы сможем расположиться в данной туристской нише, т.к. располагаем для этого всеми ресурсами» (24-01-2016) (см. прил.3). Случай Алапаевска является уникальным в том смысле, что первыми, кто прочувствовал дух конкуренции, были не властные структуры города, а местные краеведы и местные жители-энтузиасты.

Когда дело касается социально-статусных предпосылок, то в нашем случае речь идет об основной роли символического конструирования туристской достопримечательности (места, объекта, явления), которая связана с экономическими целями косвенно.

Как подчеркивают наши информанты, организация имени Алапаевского края через организацию туризма является достаточно действенным способом привлечения внимания к территории и ее ресурсам. На данный момент официальный товарный знак города Алапаевска и его района находится в разработке.

Таким образом, мы можем говорить о том, что предпосылки отражают стратегии, обусловленные социально, и связанные с ними технологии конструирования территориальной структуры через создание и развитие в границах Алапаевского района туристских точек роста. Динамика этих точек запускается в случае актуализации следующих трех групп ресурсов.

1. Географическое положение. Для Алапаевска географическое положение выступает актуальным фактором для развития туризма. Его социальная и физическая удаленность накладывают ограничения на возможность привлечения различных ресурсов в границы взятой территории, в том числе и туристских.

В ходе данного исследования были выявлены некоторые модели капитализации пространственного контекста туризма.

Во-первых, это ориентирование на эффективное использование доступных территориальных условий благодаря превращению окружающего пространства в каналы привлечения туристов. Мышкин, Углич, Городец и Плес располагаются непосредственно на главной водной артерии европейской России – Волге. Для этих городов развитие речной пассажирской инфраструктуры уже в постсоветское время стало одной из наиболее актуальных задач. Рядом с Алапаевском проходит региональная трасса, что обеспечивает приток около 15 % туристов в год и до 60 % туристов во время религиозных праздников [5].

Во-вторых, при наличии воображения и правильного подхода любые природные объекты, которые неравномерно распределены в физическом пространстве, можно превратить в туристские достопримечательности и включить их в рыночный оборот. Примером может служить древняя наскальная живопись, которая была обнаружена в пещерах скал, расположенных на берегу рек Нейва и Реж в Алапаевском районе. Некоторые туристские фирмы предлагают туристам, приехавшим в город, сплавы по эти рекам, где за основу взята экскурсия к памятнику природы. Тем самым они расширяют границы устоявшихся местных экскурсионных маршрутов.

В-третьих, географическое положение города используется в качестве сопутствующего условия для позиционирования ландшафта места, которое может играть важную роль в формировании интереса, привлечении туристов. Для нашего объекта исследования характерны описания особенностей геокультурного и природного ландшафта через следующие категории: «Уральская природная красота», «русский дух», и т.п. (данные речевые обороты были выбраны после анализа документов, направленных на рекламу и позиционирование города Алапаевска и его района, и из интервью как наиболее типичные).

В-четвертых, географическое положение влечет за собой появление материальных ресурсов, способных стимулировать интерес туристов к данному месту. Анализ газеты «Алапаевская искра» за 2014-2015 гг. позволяет нам сделать вывод о целенаправленном конструировании достопримечательного образа крестьянского дома. Этому способствует большое количество сохранившихся строений различной исторической ценности как в самом городе, так и в его районе. Как заметил местный житель, «здесь вы можете ощутить дыхание старины и неподдельного крестьянского быта» (06-06-2016) (см. прил.3). Данные строения как материальный ресурс туризма пользуются большой популярностью у гостей города в качестве объекта проживания и объекта фотографирования.

2. Ресурсы, которые составляют содержательную основу туризма. Наличие некой символической среды места (в нашем случае, малого города), способной быть ликвидной на данном рынке и выступать инструментом для формирования определенных впечатлений изначально предполагает логика туризма. В рамках эмпирического исследования превращение эмоций и впечатлений в рыночный товар ярко проявилось на фундаменте исторического и культурного потенциала города: в актуализации в качестве жизни и смерти известных личностей, в роли в формировании православной культуры государства, на их связи с общегосударственными событиями.

3. Социальные и человеческие ресурсы. Одним из важных источников для развития туризма выступают индивиды, чья деятельность, умения и навыки которых могут быть включены в туристские ресурсы. Произведенные интервью и наблюдения показывают нам, что без вовлечения местных жителей в туристский рынок маленького города либо вообще невозможно запустить процесс развития туризма, либо начавшийся процесс стремительно угасает при исчерпании финансовой поддержки со стороны спонсоров, региона и государства.

В таком малом городе, как Алапаевск, особое значение для развития отрасли туризма имеет положительный настрой местных жителей, который приобретает статус ресурса: «Местные жители понимают, что должны быть доброжелательны к туристам и стараются следить за этим, потому что, по оценкам большинства гостей, часто им хочется вернуться в то место, где тебя ждут, и где каждый житель может помочь и, если надо, ответить на возникшие вопросы» (19-06-2016), (см. прил.3). Однако, по мнению опрошенных экспертов, общая ситуация в целом достаточно далека от идеала.

Итак, необходимость, которая выражается в актуальных для выбранной нами территории предпосылках развития туризма, и возможности, которые материализуются через ресурсы, доступные для небольшого города, которые при наименьших издержках можно вовлекать в туристскую деятельность, пересечение этих двух логик служит основанием для номинации

достопримечательностей в определенной локации. Отсюда появляется логичный вопрос о роли субъектов в старте и стимулировании процесса конструирования достопримечательностей в Алапаевске будет раскрыт нами далее.

Изучение процесса превращения разнообразных агентов в субъектов конструирования туристских достопримечательностей в городе Алапаевске и Алапаевском районе стало одним из основных вопросов кейс-стади. Ярчайшее проявление этого превращения мы нашли в ходе выявления ключевых субъектов, которые стимулируют запуск и динамику формирования туристских достопримечательностей. Анализируя эмпирические данные, мы выявили типологические группы, которые относятся к производственному сектору. Это чиновники и субъекты власти, которые предстают как сильные акторы; сообщества местных жителей предстают как слабые акторы; информационные посредники (по логике разделения субъектов, представленной в первой главе, они тоже относятся к производителям).

Рассмотрим субъекты политической власти и чиновников. Согласно бюрократической модели, воспроизводимой в глубинке, формально сфера туризма в исследуемом городе является отраслью хозяйственной деятельности и управления, она может выступать как поле для реализации различных управленческих решений, предполагая наличие чиновничьего аппарата, системы специальной документации. Органы местной власти реализуют туристскую политику на местном уровне, в нашем случае, это смежный отдел, структура, которая отвечает за сферу не только туризма, но еще и культуры, экономическую политику и др. Поэтому часто именно бюрократические структуры становятся в «головными» субъектами туристской деятельности.

Далее возьмем на рассмотрение локальные сообщества и активистов. Городские энтузиасты и активисты, а также местное население, в целом, играют созидательную роль в конструировании туристских достопримечательностей. Недооценка роли и места данных субъектов на локальном уровне приводит к искаженному пониманию специфики туристской

деятельности в малом городе. По признанию некоторых интервьюируемых, толчок витку развития туризма в Алапаевском районе придала группа креативно мыслящих людей, одновременно обладающих предпринимательскими способностями и организационными навыками. Они были готовы длительное время работать на чистом энтузиазме, имея при этом выработанную и четко сформулированную идею, которая отражала творческий текст города, поддержку своих начинаний местными сообществами и отсутствием барьеров со стороны властей (05-07-2016; 06-07-2016) (см. прил.3).

В шестидесятых годах под руководством известного алапаевского краеведа и председателя районного общества охраны памятников истории и культуры Ивана Даниловича Самойлова в селе Нижняя Синячиха, усилиями местного населения проводилась реставрация Спасо – Преображенской церкви, которая является памятником архитектуры 18 века. В ее старинном здании находится музей уральской народной живописи. Датой официального открытия музея считается 16 сентября 1787 года. В течении многих лет данный музей существовал на общественных началах. В восьмидесятые годы на прилегающую к церкви территорию И.Д. Самолов постепенно перевозит различные, уже исчезающие на тот момент образцы деревянной застройки: крестьянские усадьбы, ветряную мельницу, часовни, сторожевую башню и др. Таким образом сложился архитектурно-этнографический музей под открытым небом. Приказом Свердловского областного управления культуры от 1 апреля 1988 года №89 Нижнесинячихинский музей был включен в государственную сеть в качестве самостоятельной единицы [29]. Впервые были выделены средства для ежемесячного содержания штата – научных сотрудников, сторожей и уборщиц. Данный музей-заповедник вошел в Перечень объектов исторического и культурного наследия федерального (общероссийского) значения в 1995 году [3]. В 2008 году была проведена существенная реорганизация, тогда у Нижнесинячихинского музея появился филиал - «Коптеловский музей истории и быта крестьян». Это было сделано в рамках

оптимизации управления. Имя И.Д. Самойлова было присвоено музею в 2009 году в память об основателе и первом директоре.

Интересный пример характерен и для современного Алапаевска, где местные активисты и работники культуры вовлекли большое количество горожан в практики конструирования новой местной достопримечательности – «реставрации» балов. Изначально настроения людей можно было оценить как достаточно скептические; В скором времени к активной пропаганде подключились местные СМИ («Мы осознали, что получили реальный шанс использовать силы жителей города во благо продвижения новой достопримечательности» (01-05-16) и управленческий аппарат города. Информация о новой достопримечательности дошла и до правительства Свердловской области (см. прил. 3). Вадимом Дубичевым, первым заместителем руководителя администрации губернатора Свердловской области, была поставлена задача направить все усилия на поддержку и популяризацию исторических балов в Алапаевске. Последней задаче активно способствовали областные СМИ, которые освещали один из прошедших приемов: «На один день Алапаевск окунулся в эпоху XIX века. В городе прошел Елизаветинский бал-пикник. Бал открылся шествием участников в костюмах позапрошлого века. Закружиться в ритме вальса, польки, кадрили и полонеза могли, как участники, так и зрители, а мастера декоративно-прикладного искусства представили свои работы на традиционной ярмарке XIX века. Для Алапаевска это мероприятие – знаковое. Именно здесь свои последние дни провела Елизавета Федоровна. На празднике была представлена модель будущей скульптуры княгини Романовой, автором которой стал Заслуженный художник России Сергей Исаков. Фигура будет установлена возле Напольной школы, где жила Великая княгиня.

Вадим Дубичев, первый заместитель руководителя администрации губернатора Свердловской области: «По большому счету, в каждом уральском городе должна быть какая-то изюминка, место событийного туризма, куда людям интересно приехать. Елизаветинский бал – прекрасная идея»» [38].



Это привело к первым результатам: люди стали обсуждать новое достопримечательное явление Алапаевска как в социальных сетях, так и вне, несколько повысилась посещаемость данного мероприятия, которое проводится несколько раз в году. «Мы только начали развивать данное направление и пока общая картина только выстраивается. На данном этапе производится работа с подключением спонсоров из бизнес-структур, с целью оказания финансовой поддержки нашему начинанию» (21-04-2016) (см. прил.3).

Проведенное нами исследование позволяет выделить структуру и особенности активистов. К качествам таких людей стоит отнести следующие позиции: готовы работать «за идею», деятельность часто происходит из хобби и интересов, воодушевленность, большое значение имеет значимость личностного самоудовлетворения; идейность, активность и креативное мышление, умение объединять и сплачивать вокруг себя людей; желание сделать свой город лучше; осознание общей ценности, хотя не исключается личная мотивация с последующим извлечением личных выгод. Вовлечение «близких по духу» субъектов в туристскую деятельность также стимулируется деятельностью активистов. В результате вид общей структуры активистов выглядит таким образом: - ядро или энтузиасты в узком смысле: они обладают конкретными представлениями о деятельности по развитию туристских достопримечательностей, серьёзно настроены, конструирование достопримечательного ландшафта местности может стать делом всей их жизни.

Стоит отметить, что активисты и энтузиасты в таких малых городах, как Алапаевск, могут сталкиваться с некоторыми трудностями, среди которых социальная блокировка, отсутствие финансовой поддержки со стороны местного бизнеса, отторжение со стороны власти, недостаток ресурсов. Наблюдается устойчивая тенденция пересечения практик местных жителей, активистов и субъектов власти по мере институционализации достопримечательностей, проявляющаяся в усиливающемся контроле начинаний энтузиастов со стороны чиновников и осуществлении управления первыми процессом конструирования туристских достопримечательностей,

переходе наиболее активных членов местных сообществ в среду чиновников. При этом в процессе конструирования туристских достопримечательностей централизация власти рассматривается нами как естественный процесс институционализации туристского рынка.

Таким образом, динамика формирования туристских достопримечательностей на примере исследования Алапаевского края может задаваться, как сильными субъектами, к которым, прежде всего, относятся, чиновники и властные структуры, так и слабыми акторами: городскими активистами и энтузиастами, краеведами и местными сообществами. При этом, особый интерес для исследования представляют процессы солидаризации местного населения, образования различных городских сообществ на основе конструирования чувства «городского патриотизма». Оказывается, процесс развития туризма в малом городе, по крайней мере, в исследованном нами случае, поддерживается культурной элитой и городской интеллигенцией, местным населением как таковым, которое не задействованного на туристском рынке прямо, но способно участвовать в символическом конструировании образа туристского места. Также, достаточно важную роль в раскрутке имени города играют акторы, которые обладают значимыми во внешней среде информационными ресурсами. По мере институционализации туристских рынков в изучаемом поле практически повсеместно можно наблюдать переплетение практик сильных и слабых сторон. Туристские достопримечательности становятся опорными точками развития экономики впечатлений на локальном уровне и, как следствие, территориальными ресурсами в ходе реализации маркетинговых технологий позиционирования, имиджа и демонстрации. Специфика позиционирования туристской достопримечательности отражается в определении локальных ценностей, которые позволяют подчеркнуть уникальность данного места, и в их логическом соотнесении с более глобальным контекстом, например, роли места в истории страны. Технологии дифференцируются в зависимости от «языка»

позиционирования и могут осуществляться через различные образы, такие как литературные, исторические, религиозные нарративы, сказочные образы.

Рассмотрим позиционирование достопримечательности через литературу. Привязка образов творцов и литературных героев к определенному месту позволяет сделать его достопримечательным. В Алапаевске живет и работает уральский поэт и писатель Юрий Сергеевич Трофимов. Он родился в Алапаевске в 1931 году. Окончил Алапаевский геолого-разведочный техникум. Стал увлекаться стихами в 25 лет. Юрий Сергеевич длительное время работал фотокорреспондентов в местных газетах. Его фотографии экспонировались на различных выставках Екатеринбурга, Алапаевска, Режа, Верхней Салды, Артёмовского. Ю.С. Трофимов является руководителем литературно-поэтического объединения «Цветы добра», награжден премией главы МО города Алапаевска по литературе [31]. По оценкам читателей, он пишет не традиционные и необычные тексты. В Алапаевске проводятся презентации книг автора и поэтические вечера, на которые приглашаются все любители поэзии и СМИ.

Также можно рассмотреть позиционирование достопримечательностей через религию. Типичная технология данного позиционирования характерна для Алапаевского района в целом. Биография Свято-Троицкого собора и Екатерининской церкви, находящихся в Алапаевске, а также Спасо-Преображенской церкви-музея, которая расположена в селе Нижняя Синячиха является следствием пересечения историй государства и достопримечательности. Организация хлебокомбината в советские годы в здании Свято-Троицкого собора привело к потере редчайших старинных предметов и фресок, но сохранило само здание. Зато организация в советские годы на территории Спасо-Преображенской церкви музея позволила сохранить уникальные предметы церковного убранства, однако основной акцент в рамках общей идеологической политики ставился на историческое и краеведческое просвещение местных жителей, Екатерининская церковь, как указывалось ранее в тексте работы, не меняла своего прямого предназначения и является

действующей по сей день. Также, в Алапаевском районе расположен Мужской монастырь Новомученников Российских. Как нами уже было указано ранее, монастырь был основан на месте старой шахты, где произошло убийства членов Царского Дома Романовых. В конце восьмидесятых годов двадцатого века было установлено местонахождение данной шахты. В 1991 году там был установлен Поклонный крест, а уже в 1992 году рядом с шахтой построили небольшую часовню. Далее районными властями было выделено 32 гектара земель для монастырских угодий. Монастырский комплекс действует с 2000 года [32].

Дискурс, который сформировался вокруг данной достопримечательности, позволяет привлекать к этому месту, с одной стороны, туристов, интересующихся историей Урала, России и православной культурой, а с другой, – паломников, воспринимающих объект в качестве святого места и приезжающих туда с целью осуществления религиозных практик.

Существует позиционирование достопримечательностей через сказочные образы. Позиционирование через сказочный образ начинается с драматургии городских легенд и нацелено на концептуализацию фольклорных персонажей и их дальнейшую привязку к определенным территориям. В Алапаевске существует несколько легенд о происхождении названия города. «В одной из них говорится о том, что название Алапаевск произошло от имени одного татарина – Алапая. Он был разбойником и еще в незапамятные времена бежал от царского гнева сюда, поселился близ реки, именно поэтому реку стали называть Алапаиха, а город – Алапаевск» [33]. Существует и другая легенда: «У высокой и крутой горы Я-лун-хо, где в большую реку впадает малая речка, раскинулось стойбище племени Пая, что означает «вместе живущий народ». Матери и чада пасли коз, мужья и братья ловили рыбу, охотились на зверя.

Вокруг стойбища черной и хмурой стеной стоял лес. Большая река весной разливалась и грозила затопить кибитки. Осенью хлестали дожди — злые, холодные, зимой завывали снежные бураны. Ощутимые обиды наносил людям

стервятник по имени Ро, который жил в неприступных скалах горы Я-лун-хо. Он нападал на скот, не щадил детей и старцев.

Я-лун-хо, как считал народ Пая, была в сговоре с Ро. Воткнув в синее небо голые вершины, гора заслонила солнце. Люди верили: там, за Я-лун-хо, где встает светило, раскинулась долина радости и счастья — пышные пастбища и богатые охотничьи угодья. Племя мечтало переселиться туда, но стервятник Ро и гора Я-лун-хо зорко следили за людьми и не пускали их в свои владения...

Однажды засушливым летом у пастушки Ихти родился сын — крепкий, красивый. Прослышав о чудо-ребенке, к пастушке в кибитку пришел самый древний старец. Долго смотрел на мальчика. Потом сказал: «Приметы сходятся. Это он! По преданию нашего племени, такой мальчик называется Ала, значит красный. Линии его судьбы говорят о славе и вечности».

Сказочно быстро подрос мальчик — стал высоким, гибким, сильным. Взял лук и стрелы, стал охотником. Ходил по лесу, а глаз с Ро не спускал. И как-то весной, когда Ро после сытного пиршества отдыхал, Ала один двинулся на штурм горы Я-лун-хо. Храбрец дошел только до ее подножия. Черной стрелой метнулся на него стервятник. Отважно бился юноша, но, истерзанный, отступил...

С той поры Ала лечил раны, копил силы, готовился к новым сражениям с Ро. Убеждал народ племени, что надо сообща навалиться на стервятника, разрушить Я-лун-хо. Слушали люди горячие слова Красного Ала и ждали удобного момента. И он вскоре наступил: под осень разразилась небывалая буря. Ала двинулся на Я-лун-хо. За ним поднялось все племя Пая.

Всю ночь бился Ала. Огненные стрелы молний ударяли в грудь и рассыпались мелкими искрами. Раз за разом налетал стервятник Ро, тут же получал мощный удар палицы. Град камней сыпала Я-лун-хо, но они как горох отскакивали от Ала.

Когда отступила ночная мгла и буря улеглась, замертво рухнул Ро, со страшным грохотом рассыпалась гора Я-лун-хо. Засияло солнце, и люди,

старые и молодые, впервые поймали в ладони его лучи. Наступил ликующий день обновления — над становищем Пая перекинулась радуга счастья...

Народная мудрость гласит: разные бывают подвиги — одни длятся миг, другие — всю жизнь. У горы Я-лун-хо один миг отваги Ала слился с подвигом всего племени, и слава об этом навечно сохранена народом. Со временем людская молва два имени — Ала и Пая — соединила в одно слово — Алапаевск, и означает оно — Красный город» [34].

Ворон и архетип героя или богатыря часто встречаются в русских сказках. Местные жители знакомятся с этими историями еще в детстве, для туристов же они преподносятся как красивые легенды.

Позиционирование туристских достопримечательностей через актуальные дискурсы. Потенциал тем, которые пользуются популярностью, или иногда актуализируются в информационном поле тенденции и явления могут быть использованы для определения позиции достопримечательностей.

Таким образом, нами были выявлены элементы эффективных технологий позиционирования достопримечательностей: использование известных широкой массе людей событий и образов, доказательства аутентичности места, внедрение туристских достопримечательностей в актуальные дискурсы, в рамках единой логики совмещение разных видов достопримечательностей.

«Язык» также способствует отбору средств позиционирования (создание легенд, историко-краеведческие исследования, деятельность СМИ) и активизация соответствующих групп субъектов, что подтверждает идею о дискурсивности поля туристских достопримечательностей. Имидж достопримечательностей города Алапаевска и Алапаевского района разделяется на косвенные, рекламные и условно-рекламные в зависимости от степени целенаправленности. К косвенным относится школьное образование, сарафанное радио. К рекламным можно отнести Интернет, различные туристские ярмарки и коммерческую рекламу. К условно-рекламным же относят социальную и косвенную рекламу в повседневных декорациях,

деятельность СМИ, туристские путеводители, туристско-информационные центры.

До сих пор вопрос о распространении путеводителей, которые издаются внутри регионов, остается актуальным. Чаще всего практикуют вариант продажи путеводителей в тех местах, которым они посвящены, наряду с сувенирной продукцией. Еще существует вариант взаимодействия с региональными партнерами и распространение изданий по книжным магазинам и по музеям региона. С выходом же на межрегиональный и общероссийский рынок возникают трудности, из-за чего нивелируется рекламная функция путеводителя.

Как мы указали выше, к технологиям распространения информации о туристских достопримечательностях города относится участие их «производителей» в специальных международных, всероссийских и региональных туристских ярмарках. К таковым событиям относятся «Международный туристский форум Большой Урал», «Неделя туризма», международная туристская выставка *Expotravel* и т.д., что обуславливает выгоды от участия маленьких городов, находящихся на периферии, к указанным проектам. Субъекты, которые участвуют в подобной рекламе, чаще всего, типичны: это местные представители органов власти, специалисты по приему туристов в малом городе и «прямые производители», к ним частные предприниматели, владеющие туристскими достопримечательностями и сотрудники различных музеев.

Участие в ярмарке предполагает предварительную подготовку (печать информационной продукции, например, буклеты и путеводители, выбор основной тематики и разработку сценария презентации, оформление своего стенда и места презентации), презентационную работу в дни ярмарки, общение с потенциальными спонсорами, туристами и туроператорами, участие в контактных группах, подписание договоров и заключение взаимовыгодных сделок). Как правило, сценарий презентации маленького города выстраивается вокруг образов его туристских достопримечательностей. Обязательно

производится визуализация достопримечательностей – гостям ярмарки показывают различные макеты и афиши.

Каждая туристская ярмарка, выставка или форум – это социо-культурное поле, в границах которого пересекаются интересы локальных потребителей и производителей достопримечательностей, а также представителей бизнеса, СМИ, туристских агентств и туроператоров, внешних, по отношению к малому городу, политической элиты.

Успешность продвижения малого города в пространстве зависит от реализации разных технологий с учетом их ориентации на соответствие разным потребительским аудиториям.

В наше время Интернет играет достаточно весомую роль в развитии туризма в таких малых городах России, как Алапаевск. Работа с Интернет-пространством предполагает создание и поддержку отдельных сайтов, посвященных определенным достопримечательностям, страниц в социальных сетях, специальных туристских сайтов, туристско-информационных центров, которые работают онлайн режиме и многое другое. Коммуникация с потенциальными туристами в Интернет-пространстве может рассматриваться как наиболее доступная для малых городов, т.к. она позволяет по собственной инициативе входить этим городам в глобальное информационное пространство. Как пример можно указать группу под названием «Алапаевск [online]», созданную в социальной сети «В контакте», данная группа имеет более семи тысяч подписчиков и подтверждает позитивный вклад в информационное обеспечение достопримечательностей города Алапаевска и его района в туристском пространстве.

Технологии демонстрации туристских достопримечательностей отражают процессы прямого взаимодействия между потребителем и производителем на рынке туризма, поэтому они носят осевой характер.

Показ туристских достопримечательностей в Городе Алапаевск и Алапаевском районе реализуется при помощи классических технологий, например, стандартных экскурсий, самостоятельного осмотра объекта, и при



помощи неклассических. К ним можно отнести различные интерактивные, детские и тематические экскурсии, театрализованные представления, квесты, мастер-классы и т.д. За пример можно взять «реконструкции» исторических балов, о которых уже говорилось ранее или мастер-класс по изготовлению бальных масок и каллиграфия чернилами и старинными перьями в музее П.И. Чайковского в городе Алапаевске. Неклассические технологии обладают рядом преимуществ. Данные технологии стимулируют потребительское поведение туристов, создавая предпосылки для более глубокого знакомства с туристскими достопримечательностями, а также способствуют расширения рынка туризма посредством вовлечения в него различных локальных субъектов-производителей.

### **2.3 Проектирование электронного справочника «Навигатор туриста по Алапаевскому краю»**

Планируя и отправляясь в путешествие в определенное место, турист, как правило, ищет о нем информацию: как добраться, дни и время работы достопримечательностей, инфраструктура местности (гостиницы, кафе) и прочее. Данную информацию можно найти в Интернете, либо купить бумажный носитель (карту местности, путеводитель и т.д.), но здесь существуют определенные нюансы. На примере города Алапаевска и его района нами было выявлено, что у некоторых музеев, достопримечательностей и туристских мест до сих пор есть трудности с размещением информации в электронном виде в Интернете. Данная ситуация обуславливается отсутствием соответствующего оборудования или недостаточной компетенцией работников объекта. Что же касается печатной продукции, то ее не всегда удобно брать с собой в путешествие. К тому же, туристские бумажные носители информации с каждым днем теряют свою популярность и становятся менее актуальными. В наше время практически каждый человек имеет смартфон, планшет или

ноутбук с выходом в интернет. Как показывают некоторые исследования, на устройства данного типа человек тратит более 50% своего времени.

Наша цель состоит в том, чтобы донести до туриста информацию о достопримечательностях Алапаевского края в ёмком и удобном формате и побудить его к путешествию. Именно для этих целей мы проектируем электронный справочник «Навигатор туриста по Алапаевскому краю». Предполагается, что электронный справочник можно будет открыть в режиме онлайн или скачать на свой электронный носитель. Он будет открытой платформой, которая окажет помощь, как туристам, так и принимающей стороне.

Справочник имеет меню, в котором информация разбита на несколько разделов для более удобного использования:

1. Историческая справка. При открытии справочника, на первой странице будет размещена краткая историческая справка о городе и его фото (рис.2).



Рисунок 2. Стелла при въезде в г. Алапаевск

«Алапаевский край раскинулся среди зауральских увалов и холмов в центре Свердловской области, на реке Нейва при слиянии с рекой Алапаихой. Он находится на расстоянии 180 км по железной дороге и 146 км по автодороге

от Екатеринбурга. Население 38 тысяч человек. Первое русское поселение возникло здесь в устье реки Алапаихи в 1639 году. В 1704 году по указу Петра I был построен железоделательный завод. От этого завода и берет свое начало город Алапаевск. На данный момент он является административным центром городского округа МО «город Алапаевск».

2. Список достопримечательностей и музеев:

- Свято-Троицкий собор.
- Екатерининская церковь.
- Дом управляющего заводами Алапаевского горного округа, ул. Ленина 30, он же Мемориальный дом-музей П.И.Чайковского.
- Дом управителя Алапаевского металлургического завода, XVIII век, ул. Ленина 23.
- Старый рудник Кукуйская яма.
- Здание молотового цеха первого Алапаевского завода, 1704г, старейший памятник промышленного производства на среднем Урале (полуразрушен).
- Строения Нейво-Алапаевского завода, XIX век.
- Купеческий квартал: 6 купеческих особняков XIX – начала XIX веков на участке улицы Красной Армии от улицы Розы Люксембург до улицы Чайковского.
- Жилой дом XIX века, ул. Пушкина 54.
- Жилой дом XIX века, ул. Павлова 29.
- Музейный комплекс: музей изобразительных искусств, Пушкина, 49; музей истории металлургического завода АМЗ, Ленина 10; Напольная школа, ул. Ленина 77.
- Заводской госпиталь XIX века, ул. Веры Шляпиной 1.
- Аптека, XIX век, ул. Братьев Смольниковых 39.
- Здание волостного правления (рядом находится пожарная каланча), место образования первой в России советской организации, ул. Ленина 18.
- Управление горного округа, ул. Ленина 33.

- Памятник деревянного зодчества XX века, ул. Братьев Смольниковых 43.
- Алапаевский краеведческий музей, ул. Ленина 34.
- Дом создателя первой в России водяной турбины И.Е. Сафонова, 1873 год, ул. Ленина 34.
- Алапаевская узкоколейная дорога.
- Верхнесинячихинский историко-краеведческий музей, р.п. Верхняя Синячиха, ул. Ленина 23.
- Мужской монастырь во имя Новомученников российских у шахты на Межной.
- Нижнесинячихинский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства, с.Нижняя Синячиха, ул. Первомайская 20.
- Коптеловский музей истории земледелия и быта крестьян, с. Коптелово, ул. Красных Орлов 29.
- Избы с Уральской росписью, с.Арамашево, ул.Первомайская 11.
- Костинский историко-художественный музей, с. Костино, ул. Школьная 5.
- Голубковский историко-этнографический музей, с. Голубковское, ул. Ленина 11.

3. Прогулка по городу. Данный раздел содержит краткую историческую справку и фото достопримечательностей: «В 1702 году по Указу Петра I был заложен Алапаевский железоделательный завод. В центре города сохранились черты старого заводского центра. Это полуразрушенное здание молотового цеха, построенное в 1704 году, которое является старейшим на Среднем Урале промышленным строением (рис. 3). Тех же времен рудник – Кукуйская яма.



Рисунок 3. Здание молотового цеха

Поблизости расположен Свято-Троицкий собор с торговой площадью, на которую выходят господские дома. Вокруг строения XIX-XX веков, особенно много домов сохранилось на улице Красной Армии (рис.4). Общественные здания: волостное правление (связано с созданием в Алапаевске 8 марта 1905 года одного из первых в России Советов рабочих депутатов), заводской госпиталь, пожарный сарай с пожарной каланчей, украшенной старинными часами, типичные учебные заведения.



Рисунок 4. Особняк на улице Красной Армии

В городе стоит несколько интересных образцов деревянного зодчества XIX- начала XX веков, к примеру, двухэтажный деревянный дом по улице Братьев Смольниковых, 43, интересен своим орнаментом, но особенно двумя большими прирубными крыльцами.

В 1824 году завод перенесли с реки Алапахы на Нейву, которая считается более полноводной. Здесь до сих пор действует старинная переливная плотина, сохранились строения старых цехов, в том числе и зал с водяной турбиной. Изобретатель первой в России паровой турбины И.Е. Сафонов. В его честь в городе установлен памятник (рис. 5), сохранился его дом.



Рисунок 5. Памятник И.Е. Сафонову

Одной из главных достопримечательностей города считается дом-музей П.И. Чайковского (рис. 6). Весной 1849 года, 9-летним ребенком будущий композитор приехал с семьей в Алапаевск: его отец был назначен управляющим Алапаевского горного округа.





Рисунок 6. Музей П.И.Чайковского

Здесь Петр Ильич прожил 15 месяцев. Как-то у Чайковского спросили отчего в его музыке так силен «русский элемент». На это композитор ответил: «Это потому что я жил в глуши, с детства проникся неизъяснимой красотой русской музыки». В 1965 году благодаря первому директору музея В.Б. Городилиной в доме управляющего организовали единственный в своем роде музей детства великого композитора. Здесь возобновлена обстановка, представлены различные документы, рояль, на котором музицировал маленький Петя (рис.7).



Рисунок 7. Интерьер гостиной в музее П.И.Чайковского

Через дорогу от музея Чайковского находится Свято-Троицкий собор (рис.8).



Рисунок 8. Свято-Троицкий собор

До 1912 года собор назывался Алексеевским храмом. Он был построен в 1702-1704 годах и является самым первым на Среднем Урале каменным храмом. В дальнейшем Алексеевский храм достраивался и перестраивался множество раз, потеряв свой барочный облик, переоделся в классические одежды. Свой окончательный вид он приобрел в середине 19 века. С 1918 по 1919 годы в склепе собора покоились тела представителей Дома Романовых, убитых в июле 1918 года под Алапаевском. В 1939 году храм был закрыт и частично разрушен. Затем в его стенах начал работать хлебозавод. Лишь в 1991 году в храме начались реставрационные работы. На данный момент собор восстановлен и является действующим.

Паломнический маршрут. В мае 1918 года в Алапаевск были доставлены князья, представители Дома Романовых, среди них Великая княгиня Елизавета Федоровна, сестра императрицы, а также их спутники. Узники были размещены в здании Напольной школы. В ночь на 18 июля князей вывезли за город и убили. По преданию, узники были живыми сброшены в шахту на Межной. В мае 1991 года у этой шахты был установлен Поклонный крест. В 1992 году рядом с шахтой построили часовню святой Елизаветы. В 1995 году приняли решение об основании рядом с шахтой мужского монастыря Новомучеников Российских (рис.9).





Рисунок 9. Здание мужского монастыря на ул. Межной

В Свято-Троицком соборе Алапаевска восстановлен склеп, где по распоряжению Колчака были погребены тела членов Дома Романовых первоначально.

Екатерининская церковь была построена на месте старой деревянной церкви в 1912 году на средства купца Николая Черных (рис.10).

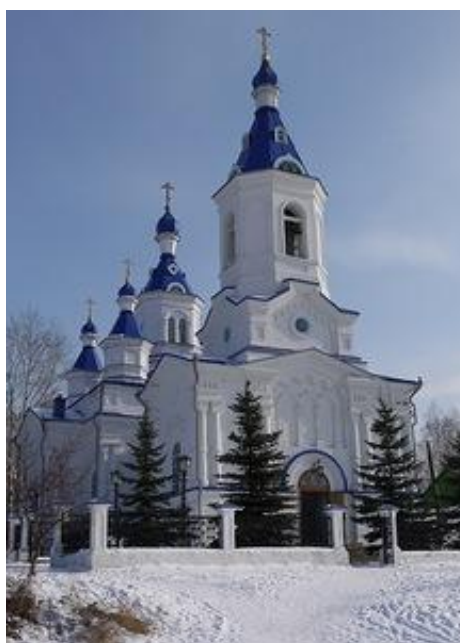


Рисунок 10. Екатерининская церковь

Она продолжала действовать на протяжении всего 20 века, известна как последний храм, в котором молились Елизавета Федоровна и остальные представители Дома Романовых. До наших дней в церкви сохранилось множество старинных икон, они были собраны из разрушенных и закрытых храмов.

На севере от города существует большой регион, для которого одной из немногих связей с внешним миром является алапаевская узкоколейная железная дорога (рис.11).



Рисунок 11. Алапаевская узкоколейная железная дорога

В Алапаевске разработан целый маршрут для туристов, который предполагает использование специального поезда. Во время полуторачасовой поездки по узкоколейке проходит экскурсия, проводится мастер-класс по изготовлению оберега, организуется чаепитие. Туристов знакомят с экспозицией музея АУЖД и экспозициями историко-краеведческого музея в Верхней Синячихе. Четыре раза в неделю в вечернее время маленький тепловоз с 4 вагонами отправляется со станции в Алапаевске. Для поездки требуется целая ночь, поэтому для тех, кто не готов на такие жертвы, достаточно будет часовой поездки до Верхней Синячихи или Угольной.

Если выбрать второй вариант поездки, то можно заглянуть в Верхнесинячихинский историко-краеведческий музей, который был открыт в 1984 году (рис.12).



Рисунок 12. Здание музея [35]

Ныне он размещается в здании бывшей фабрично-заводской школы, построенной в 1935 году. В музее представлена полная история Верхнесинячихинского завода и выросшего из него поселка. Перед музеем располагается выставка технологического оборудования старого металлургического завода. После экскурсии по музею туристам предлагается побывать на конном дворе Верхней Синячихи.

От Верхней Синячихи совсем недалеко находится Нижняя Синячиха. Здесь, вокруг необыкновенного по красоте Спасо-Преображенского храма, который является отличным образцом Тобольского барокко, сформировался уникальный на Среднем Урале Нижнесинячихинский музей-заповедник (рис.13).

Среди экспозиций главное место в храме занимает единственная в мире коллекция народной росписи Среднего Урала, сюжеты которой оформляли интерьеры крестьянских домов, предметы быта и труда уральских крестьян с начала XIX до начала XX веков.



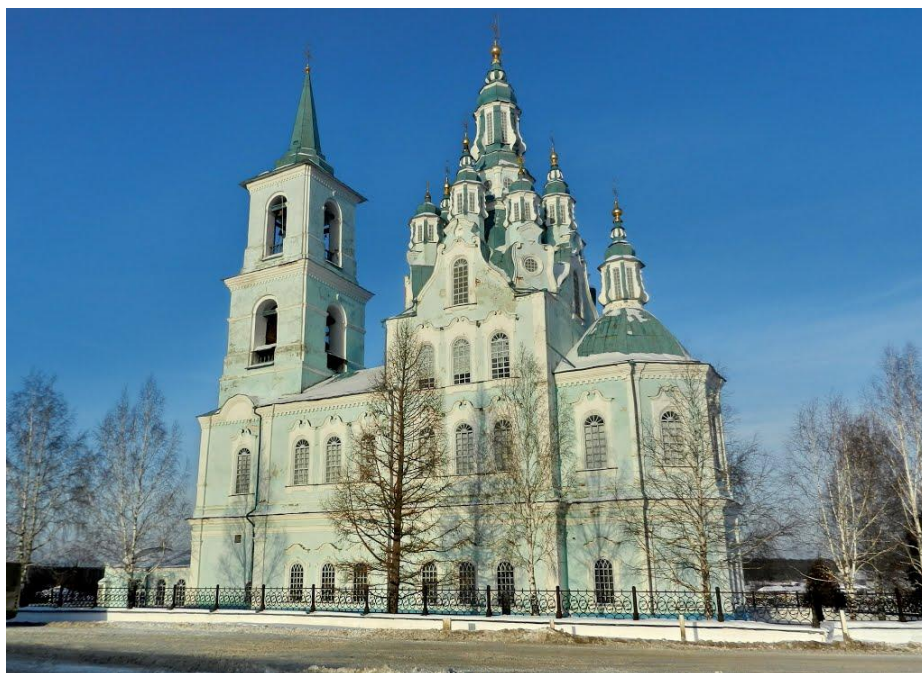


Рисунок 13. Спасо-Преображенский храм в с.Нижняя Синячиха

Рядом с храмом стоят три музейные усадьбы, которые позволяют проследить процесс развития крестьянского жилища с начала XVII столетия до начала 20 века (рис.14).



Рисунок 14. Старинная изба в с.Нижняя Синячиха

Гордостью музея являются пять часовен, которые раньше строились в селах и деревнях. Часовня Ильи Пророка представляет старейший на Урале клетский тип культовых сооружений (рис.15).



Рисунок 15. Часовня Ильи Пророка в с.Нижняя Синячиха [36]

Помимо Верхней и Нижней Синячих, в Алапаевском районе располагается село Коптелово. Здесь находится музей истории земледелия и быта крестьян, основанный в 1964 году. Его программы погружают гостей музея в мир уральской деревни. Одной из основных достопримечательностей села является изба бабы Кати, которая была срублена одним топором без использования гвоздей в конце XVII века. Сегодня очень сложно найти столь древние строения на Среднем Урале, поэтому коптеловская изба считается редчайшим памятником архитектуры. Самое ценное в ней – почти первозданный интерьер (рис.16).



Рисунок 16. Интерьер дома XVII века в с.Нижняя Синячиха

Также на территории Алапаевского района находится село Костино. Здесь действует историко-художественный музей (рис.17).



Рисунок 17. Историко-художественный музей, с. Костино

Его экспозиции рассоложены в большом историческом здании бывшей земской школы. Среди музейных экспозиций многие отмечают богатый материал, посвященный сельской школе. Здесь вы сможете не только посидеть за старой партой с откидывающейся крышкой, но и увидеть множество атрибутов разных эпох развития земской, а затем и советской школы.



В соответствии с народным русским календарем, в музее подготовлено несколько программ, в которые включен мастер-класс по изготовлению оберега, катание на лошади и обед. Количество этих программ и качество их проведения является изюминкой музея.

Старинное уральское село Арамашево также расположено недалеко от Алапаевска. В особняке XIX века расположен краеведческий музей. Здесь разработан цикл ежегодных народных праздников, которые с живинкой и задором проводятся для взрослых и детей.

На территории села находится целый музейный комплекс под названием «Избы с Уральской росписью» (рис.18). Очень интересна экскурсия в самих избах. Она проводится с погружением в реальность далекого XIX века.



Рисунок 18. Интерьер избы XIX века, с. Арамашево

Также, туристам предлагается чай на пяти уральских травах и мастер-класс по изготовлению оберега.

В Селе Голубковское представлены богатые экспозиции, которые характеризуют жизнь уральских крестьян с разных сторон и в разные эпохи. Некоторые коллекции не имеют аналогов и могут называться уникальными: самая большая коллекция филейных скатертей на Среднем Урале, свадебных платьев (начиная с 1924 года).

Изюминкой музея является интерактивная «Голубковская свадьба». Сами туристы становятся главными действующими лицами в этом старинном обряде, который воспроизводится с песенным материалом далекого прошлого.

Интересно побывать в Голубковском во время конных соревнований, которые периодически организуются в селе, причем на достаточно хорошем уровне.



Рисунок 20. Конные соревнования в с. Голубковское

4. Полезная информация и телефоны. В данном разделе пользователь увидит следующий материал:

- Карта маршрута по Алапаевской узкоколейной дороге (рис.21).



# Алапаевская Узкоколейная Железная Дорога

УСЛОВНЫЕ ОБОЗНАЧЕНИЯ:	
	- станция, разъезд, остановочный пункт
	- разобранная станция
	- действующая линия
	- разобранная линия

Карта составлена:

© Телевизионное Агентство "Скрытая камера"  
г.Екатеринбург, E-mail: tv-agentstvo@mail.ru



по информации:  
С.Болашенко



Рисунок 21. Карта маршрута движения АУЖД

– Расписание движения пассажирского поезда Алапаевск-Санкино (рис.22).

УТВЕРЖДАЮ:  
Начальник МУП «УЖД АМО»  
А.И. Хабибулов  
Вводится с 01.07.2007 г.

РАСПИСАНИЕ  
ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПОЕЗДОВ  
ПО МУП «УЖД АМО»

ПОЕЗД № 3-4 АЛАПАЕВСК-САНКИНО

	Перегон. Время хода (мин)	Прибытие	отправление	стоянка	прибытие	отправление
Алапаевск	-	-	19-30	-	7-00	-
Красная-II	5	19-35	19-35	-	6-55	6-55
Синячиха	60	20-35	20-39	4	5-51	5-55
Угольная	21	21-00	21-04	4	5-26	5-30
Ельничная	50	21-54	22-04	10	4-26	4-36
Чернышовка	45	22-49	22-55	6	3-35	3-41
Муратово	90	0-25	0-30	5	2-00	2-05
Санкино	40	01-10	01-20	10	-	-

ДНИ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКОГО ПОЕЗДА: ПОНЕДЕЛЬНИК, ЧЕТВЕРГ, ПЯТНИЦА, ВОСКРЕСЕНИЕ.

ПОЕЗД № 6-5 КАЛАЧ – САНКИНО

Калач	-	-	22-20	-	4-00	-
Санкино	2-42	1-05	-	10	-	1-15

ДНИ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКОГО ПОЕЗДА: ПОНЕДЕЛЬНИК, ЧЕТВЕРГ, ПЯТНИЦА, ВОСКРЕСЕНИЕ

ПОЕЗД № 11-12 ЕЛЬНИЧНАЯ-ГАРАНИНКА

Ельничная	-	-	22-20	-	3-50	-
Гаранинка	2-40	1-00	-	10	-	1-10

ДНИ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКОГО ПОЕЗДА: ПОНЕДЕЛЬНИК, ЧЕТВЕРГ, ПЯТНИЦА, ВОСКРЕСЕНИЕ

ПОЕЗД № 13-14 ЧЕРНЫШОВКА-БЕРЕЗОВКА

Чернышовка	-	-	23-10	-	2-40	-
Березовка	1-40	0-50	-	10	-	1-00

ДНИ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКОГО ПОЕЗДА: ПОНЕДЕЛЬНИК, ЧЕТВЕРГ, ПЯТНИЦА, ВОСКРЕСЕНИЕ

ПОЕЗД № 9-10 УГОЛЬНАЯ-ПОЛУДЕНКА

Угольная	-	7-20	7-10	10	16-35	16-30
Синячиха	25	7-50	7-45	5	17-05	17-00
Пост 21 км	20	8-10	8-10	-	17-25	17-25
Полуденка	110	10-10	10-00	10	19-25	19-15
Пост 21 км	110	12-00	12-00	-	21-15	21-15
Синячиха	20	12-25	12-20	5	21-40	21-35
Угольная	25	12-55	12-45	10	22-15	22-05

ДНИ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКОГО ПОЕЗДА: ПЕРВАЯ И ТРЕТЬЯ ПЯТНИЦА КАЖДОГО МЕСЯЦА.

ЛИТЕРНЫЙ ПОЕЗД ЕЛЬНИЧНАЯ-УГОЛЬНАЯ.

ДНИ ДВИЖЕНИЯ: КАЖДАЯ ПЯТНИЦА.

Станция	Отправление	Прибытие	Стоянка
Ельничная	6-20	13-45	5-45
Угольная	12-55	7-10	-
Ельничная	15-40	23-05	5-45
Угольная	22-15	16-30	-
ДНИ ДВИЖЕНИЯ: КАЖДОЕ ВОСКРЕСЕНИЕ			
Ельничная	15-40	17-30	0-10
Угольная	16-40	16-30	-

Расписание составила: Инженер по пассажирской работе

И.О. Боровикова

Рисунок 22. Расписание движения поездов АУЖД [37]

5. Полезные телефоны. В данном разделе указаны телефоны, которые могут понадобиться туристу:

- Дом-музей П.И. Чайковского, ул. Ленина 30, тел.: 8(34346)34072, 34399
- Алапаевский краеведческий музей, ул. Ленина 34, тел.: 8(34346) 33907
- Музей изобразительных искусств, ул. Пушкина 49, тел.: 8(34346) 24878
- Музей истории металлургического завода, ул. Ленина 10, тел.: 8(34346)34343
- Верхнесинячихинский историко-краеведческий музей, р. п. Верхняя Синячиха, ул. Ленина 23, тел.: 8(34346)47749

– Нижнесинячихинский музей-заповедник деревянного зодчества и народного искусства, с. Нижняя Синячиха, ул. Первомайская 20, тел.: 8(34346)75237

– Коптеловский музей истории земледелия и быта крестьян, с. Коптелово, ул. Красных Орлов 29, тел.: 8(34346)73331

– Арамашевский краеведческий музей, с. Арамашево, ул. Советская 38, тел.: 8(34346)73633

– Костинский историко-художественный музей, с. Костинно, ул. Школьная 5, тел.: 8(34346)78425

– Голубковский историко-этнографический музей, с. Голубковское, ул. Ленина 11, тел.: 8(34346)75645

#### 6. Гостиницы и базы отдыха:

– Гостиница «Металлург», ул. Некрасова, 2. Тел.: 8(34346)28844

– Гостиница «Уют», ул. Володарского, 66. Тел.: 8(34346)27777

– Дом отдыха «Нейва», п. Нейвинский. Тел.: 89090032214

#### 7. Рестораны и кафе:

– Кафе Черри. Адрес: Свердловская обл., Алапаевский р-н, Алапаевск г., ул. Пушкина, 93а. Тел.: +7 (34346) 2-44-86. Часы работы: пн-чт 12:00–0:00; пт,сб 12:00–2:00.

– Кафе Уральские пельмени. Адрес: Свердловская обл., Алапаевский р-н, Алапаевск г., ул. Суворова, 54. Тел.: +7 (34346) 2-76-06. Часы работы: пн-сб 9:00–16:00.

– Пиццерия плюс. Адрес: Свердловская обл., Алапаевск г., ул. Братьев Останиных, 29. Тел.: +7 (900) 206-46-56. Часы работы: ежедневно, 9:00–23:00

– Мадагаскар. Адрес: Свердловская обл., Алапаевск г., ул. Мира, 15. Тел.: +7 (903) 085-16-19. Часы работы: пн-сб 10:00–20:00

8. Карты местности. В этом разделе будут выведены карты города Алапаевска и его района (рис.23, 24), ресурсом будет являться один из браузеров (например, Google).



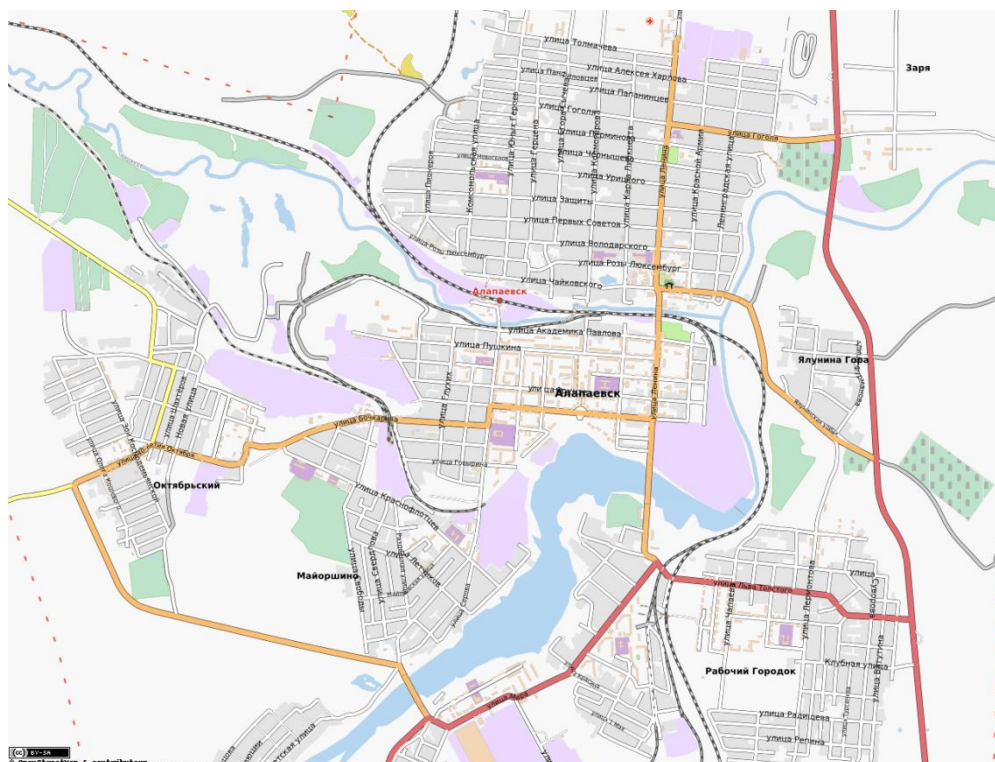


Рисунок 23. Карта г. Алапаевска

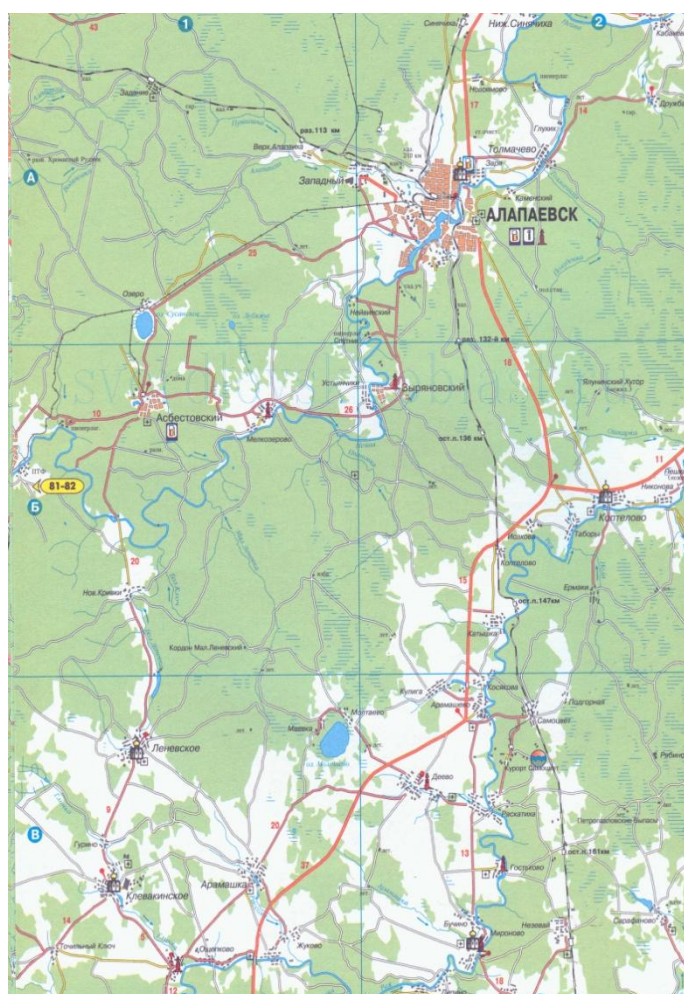


Рисунок 24. Карта Алапаевского района [38]

Таким образом, проведенная типология достопримечательностей исследованного нами района позволяет зафиксировать в электронной форме мощный информационный ресурс продвижения въездного и внутреннего туризма, недостаточно представленный в настоящее время в информационных базах достопримечательностей Свердловской области.

Преимуществом предлагаемого электронного справочника является доступность и легкость в обращении для пользователей, также он будет способствовать развитию туризма в город Алапаевск и Алапаевский район.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе превращения ресурсов, аккумулирующихся вокруг туристских достопримечательностей, в источники получения прибыли, развивается малый бизнес, сфера общественного питания и гостиничных услуг, а также активизируются другие локальные рынки рекламы и СМИ, пищевая и лёгкая промышленность, городской общественный транспорт. Рынок туризма вовлекает в сферу обслуживания всё городское сообщество: местных жителей, бюджетные и внебюджетные организации, учреждения образования, церкви, музеи, промышленные предприятия.

В ходе исследования нами была выявлена существенная причина, сдерживающая развитие въездного и внутреннего туризма в Алапаевске и его районе. Дело в том, что в таких малых городах, наблюдается недостаток классических субъектов туристского бизнеса и для капитализации туристских ресурсов необходимо вовлечение в оборот того, что использует местное население: транспорта, жилья, городской инфраструктуры, религиозных и природных объектов, даже сами жители, их профессиональные навыки.

Конструирование туристских достопримечательностей играет большую роль в снижении уровня безработицы в малых городах. Туризм создает условия для профессиональной мобильности местных жителей в сторону креативного сектора (экскурсоводы и гиды, маркетологи, специалисты PR, дизайнеры, художники и фотографы, организаторы развлечений для туристов, артисты).

Все эти положительные тенденции невозможны без внедрения новых методов информационного сопровождения и привлечения туристов.

Результатом нашего исследования является конструирование достопримечательностей в виде электронного справочника «Навигатор туриста по Алапаевскому краю». Для российской глубинки такие информационные ресурсы подлежат включению в единые базы межтерриториальных политико-туристских структур (например, союзов малых туристских городов), региональных органов управления и туроператоров.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации» от 30.11.1994: ГК РФ Гл.76. «Права на средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг, предприятий и информационных систем» Ч. 4. Раздел VII. «Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации».
2. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).
3. Указ Президента РФ от 20.02.95г. №176.
4. Управление развития туризма и музейной деятельности Департамент культуры и туризма Свердловской области.
5. Отдел туризма администрации Алапаевского муниципального района Свердловской области.
6. Александрова А.Ю. Кластерные принципы организации туристского пространства (мировой опыт) // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов / Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции 8-10 июня 2010 г., Петрозаводск – Кондопога. Под общей ред. А.И. Шишкина, Т.А. Кодоловой. Петрозаводск: Карельский научный центр РАН, 2010. – 62с.
7. Бенько Е.В. Сущность рынка туристских услуг // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал, №3, издательский дом «Юр-ВАК» 2010. – 217с.
8. Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. – 288с.
9. Игнатьева О.В., Лысенко О.В. Анализ одного проекта «Пермская культурная революция» глазами социолога // Лабиринт. № 5. 2013. – 69с.

- 10.Ильин В.И. Драматургия качественного полевого исследования. СПб.: Интерсоцис, 2006. – 256с.
- 11.Ильин В.И. История как социальный ресурс // Культурно-познавательный туризм как фактор развития российской глубинки [Электронный ресурс]: материалы I Всерос. науч.-практ. конф. 2014. – 161с.
- 12.Ильин В.И. История как социальный ресурс развития российской глубинки // Журнал социологии и социальной антропологии. Т. 18. № 2. 2015. – 146с.
- 13.Ильин В.И. Потребление как дискурс. СПб.: Интерсоцис, 2008. – 332с.
- 14.Ильин В.И. Социальная структуризация в транзитивном пространстве российско- го мегаполиса // Мир России, 2010. – 125с.
- 15.Ильин В.И. Трансформация поселенческой структуры России / Многоликая современность. К 60-летию доктора философских наук, профессора В.В. Козловского / В.И. Ильин. — СПб. : Интерсоцис, 2014. – 257с.
- 16.Ильин В.И. Феномен поля: от метафоры к научной категории // Рубеж (альманах социальных исследований), 2013. – 29-49с.
- 17.Колчина В.А. Метаморфозы социального дискурса в «точке» социального субъекта // Вестник Удмуртского университета. 2010. – 29с.
- 18.Отнюкова М.С. Конструирование достопримечательностей туризма: социологический анализ зарубежного и отечественного опыта // Города региона: культурно-символическое наследие как гуманитарный ресурс будущего : материалы науч.- практ. конф. / Саратов, 2003. – 203с.
- 19.Отнюкова, М. С. Туризм, потребление, коммуникация: социальное конструирование и управление орг. / М. С.Отнюкова, Т. И. Черняева ; Саратов. гос. техн. ун-т. - Саратов : СГТУ, 2009. – 160с.
- 20.Покровский Н.Е., Черняева Т.И. Туризм: от социальной теории к практике управления. М.: Логос, 2009. – 424с.
- 21.Рычков А.В. 12 путешествий по Среднему Уралу, Алапаевск, Издательство Малыш и Карлсон, г.Реж, 2014. – 15 с.



22. Урри Дж. Мобильности / пер.с англ. А.В. Лазарева, вступ. статья А.В. Харламова. М. издательство «Пракси», 2012. – 454с.
23. Чеботаева М. Урал бесконечный драйв! Издательство Уральский рабочий, г.Екатеринбург, 2011. – 176с.
24. Чернега А.А. Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Серия Философия. Психология. Социология. 2013. – 190с.
25. Шептухина Л.И. Творческие индустрии как сектор новой экономики города // Мир современной науки. № 4. издательство Меркурий, 2012. – 176с.
26. Urry J. Consuming Places. London: Routledge, 1995. – 137с.
27. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Алапаевск>
28. <http://ru-wiki.ru/wiki/Проект>
29. <http://нс-музей.рф/about/436/>
30. <http://www.obltv.ru/news/culture/alapaevsk-na-odin-den-okunulsya-v-elizavetskuyu-epokhu/>
31. [http://alapdetbibl.blogspot.ru/2013/09/blog-post\\_11.html](http://alapdetbibl.blogspot.ru/2013/09/blog-post_11.html)
32. <http://www.svelizaveta.ru>
33. <http://semantic.uraic.ru/post/postbrowse.aspx?f=p&index=true&plus=true&postid=642&q=false&q2=false&project=1>
34. <http://газета-уральский-рабочий.рф/specialissues/?special=1771>
35. <http://www.geocaching.su>
36. <http://photo-and-travels.ru/2-nizhnjaja-sinjachiha/>
37. <http://infojd.ru/>
38. <http://sverdlovsk-oblast.ru/495414.html>
39. <http://www.heraldicum.ru/russia/subjects/towns/alapaev.htm>

ГЕРБ ГОРОДА АЛАПАЕВСКА 1783 ГОД [39]

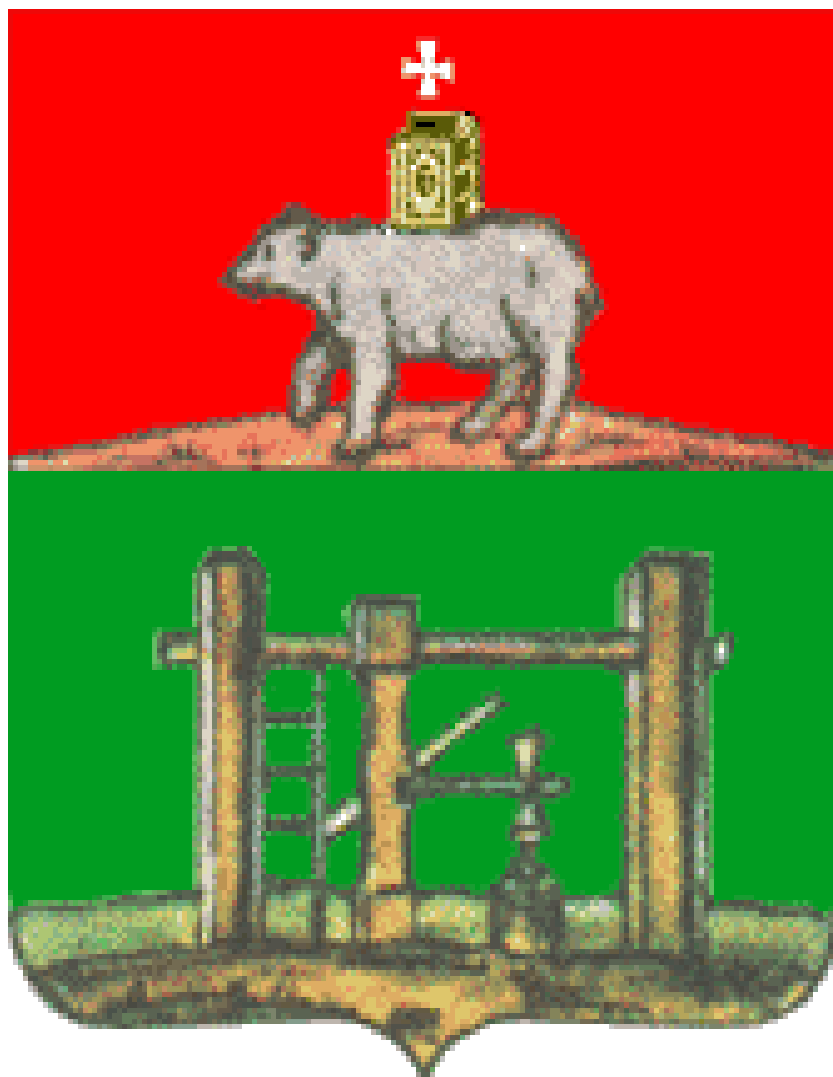


ТАБЛИЦА ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА АЛАПАЕВСКА [27]

Численность населения									
1856	1897	1931	1939	1959	1962	1967	1970	1973	1976
5100	↗8600	↗22 400	↗25 000	↗47 103	↗50 000	↘49 000	↗52 111	↘52 000	→52 000
1979	1986	1987	1989	1992	1996	1998	2000	2001	2002
↘49 848	↗51 000	→51 000	↘50 060	↗50 200	↘48 900	↘48 200	↘47 600	↘47 100	↘44 263
2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
↗44 300	↘43 300	↘42 900	↘42 700	↘42 500	↘42 191	↘38 192	↗38 200	↘38 065	↘37 952
2014	2015	2016							
↘37 894	↘37 857	↘37 739							

СПИСОК ЭКСПЕРТОВ, ИНТЕРВЬЮИРУЕМЫХ С ЦЕЛЬЮ ОЦЕНКИ  
ПЕРСПЕКТИВ КОНСТРУИРОВАНИЯ ДОСТОПРИМЕЧАТЕЛЬНОСТИ

24-01-2016 - сотрудник музея П.И.Чайковского;

2-02-2016 - исполнительный директор туристической фирмы

ООО «Фирма «Алтур»»;

15-02-2016; 21-04-2016 - директор музейного комплекса муниципального образования города Алапаевска;

1-05-2016 - журналист городской газеты, освещает события в г.Алапаевск, касающиеся туризма.;

6-06-2016 - журналист районной газеты, освещает события в Алапаевском районе, касающиеся туризма;

19-06-2016 - администратор гостиницы «Металлург».